

O DISCURSO POLÍTICO COMO APELO RELIGIOSO E A COMOÇÃO DAS MASSAS

ANA BEATRIZ ALBUQUERQUE DE ALMEIDA¹

ALUÍSIO FERREIRA DE LIMA²

Resumo: O presente estudo é resultante da análise de discursos políticos do ano de 2010, que utilizaram na campanha eleitoral diferentes elementos religiosos nas propagandas veiculadas nos diversos veículos de comunicação, dentre eles: os símbolos, os rituais sagrados e os valores morais. Para a análise foram utilizados como referenciais os estudos sobre a psicologia das massas de Le Bon, Freud e Baudrillard, principalmente o que esses autores discutem a respeito das massas e sua natureza de coesão a partir do uso da religião.

Palavras-chave: *Psicologia Social. Política. Eleições. Religião. Massas.*

Abstract: The present study is an analysis of political speeches of the year 2010, that used in the election campaign different religious elements conveyed in the media, including: the symbols, rituals, sacred and moral values. For the analysis were used as reference studies on mass psychology of Le Bon, Freud and Baudrillard, especially what these authors argue about the nature of the masses and cohesion from the use of religion.

Keywords: *Social Psychology. Politics. Elections. Religion. Mass.*

1 Graduada em Psicologia pela *Universidade Federal do Ceará* (UFC), *campus* Sobral. E-mail: beatriz-albuquerque@hotmail.com

2 Psicólogo. Pós-doutorado e doutorado em Psicologia Social pela PUC/SP. Professor Programa de Pós-Graduação em Psicologia, do curso de Graduação em Psicologia em Sobral e do Mestrado Profissional em Saúde da Família da *Universidade Federal do Ceará* (UFC). E-mail: aluisiolima@hotmail.com

Nas eleições do ano de 2010 no Brasil, foram levantados grandes embates, por ter sido uma campanha com forte apelo religioso, trouxe muita polêmica e discussões em diversas instâncias, manifestações de líderes religiosos, estudiosos, entre outros profissionais, nos mais diversos veículos de comunicação, além de gerar acirrados debates tanto entre os candidatos, como entre os cidadãos que compõem a massa eleitoral no país.

Partindo do conhecimento estruturado por Le Bon, conhecimento alicerce das teorias a respeito da massa social, que pode ser definida como a aglutinação de indivíduos dotados de uma espécie de alma coletiva, tal pensamento coletivo tem um excitante, natural de uma ideia, um acontecimento, uma crença, que passa a intervir nas ações dos indivíduos, ações estas que poderiam não concretizar-se no sujeito em estado isolado. Quando reunida tem características singulares, como o sentimento de invencibilidade, estando ela em maior número os instintos mais primitivos dos integrantes da massa podem manifestar-se de forma exacerbada como em outro momento, nas suas individualidades, não se manifestariam.

O estado sugestível e o contágio, nos quais os sentimentos, pensamentos e ações estão voltados para a natureza excitante da massa; este fator excitante é facilmente propagado entre as consciências que a compõem, Le Bon explica que a massa geralmente está em um estado de atenção que facilita a sugestão, pois raciocina por imagens, os eventos ganham representações mentais de acordo com a forma como foram mostrados, sem grandes preocupações se tais imagens foram deturpadas ou não, segundo o autor, a massa reunida não possui o mesmo raciocínio crítico do que um indivíduo isolado.

Para Freud, o conceito de estado sugestível é insuficiente, substituindo sugestão, o autor coloca o conceito de libido, “o investimento individual no grupo seria resultado de uma identificação com o objeto de amor. Estes objetos estariam postos no lugar do eu ideal, o líder seria seguido e admirado por estar em um lugar simbólico paterno” (LIMA, 2007).

A Igreja é uma entidade detentora de um grande poder de coesão das massas, um exemplo colocado por Freud como um grupo de caráter artificial, por exigir uma força externa, no caso das Igrejas Católica e Protestante, a imagem de Cristo, para a manutenção do grupo reunido. É importante que haja laços emocionais com o líder e entre os integrantes do grupo, com isso as instituições religiosas agregam os fiéis, pois há uma grande identificação com a figura de Cristo como o Pai e exemplo para os filhos, quanto a isso Freud (1995) coloca:

Não é sem profunda razão que se invoca a semelhança entre a comunidade católica e uma família, e que os crentes se chamam a si mesmos de irmãos em Cristo (...) não há dúvidas de que o laço que une cada indivíduo a Cristo é também a causa que os une uns aos outros.

Le Bon (1947) descreve o impacto das religiões na edificação dos valores dos indivíduos, de acordo com o autor, as massas por serem sugestíveis demonstram intolerância a argumentações discordantes e fanatismo ao submeterem-se a um líder, são características intrínsecas ao que o autor chama de sentimento religioso, o autor descreve-o como a adoração e credulidade do poder de um ser superior e todo aquele que se posiciona contra a adoração é tido como inimigo.

Segundo estudos anuais organizados e publicados pela ONG chilena Corporación Latinobarometro, responsável por pesquisas de opinião pública nos países do continente latino americano, entre eles o Brasil, a Igreja é avaliada como a instituição mais confiável, ultrapassando a Televisão, Forças Armadas, os Governos. No ano de 2003, a Igreja foi avaliada como instância mais confiável por 62% dos latino-americanos, seguida pela Televisão, com 36%, as Forças Armadas com 30%, e os Governo, 24%, entre outras instituições (*ver em anexo*).

Partindo da consideração de que as religiões podem ser guias das convicções de uma numerosa população, não é de forma impensada e desinteressada que o cenário político tem se beneficiado de discursos envolvendo questões religiosas. A mais abordada e polêmica questão nas eleições brasileiras do ano de 2010, foi a legalização do aborto no país, questão que contrapõe os dogmas da Igreja Católica.

Depois de despontar nas propagandas e debates eleitorais emitidos na rede televisiva aberta, tal questão gerou debates não só dos candidatos a cargos eletivos, mas deu impulso a contendas e pronunciamentos públicos de líderes religiosos, alguns ousaram em manifestar afeições partidárias e orientações aos fiéis quanto ao zelo pela preservação dos preceitos da fé cristã nas escolhas de futuros gestores, o que gerou muitas críticas, pois confronta a realidade de um país laico, o Estado desmembrado da Igreja, estabelecido na constituição 1988. Prevê no artigo 19 da citada constituição:

É vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios:

I - estabelecer cultos religiosos ou igrejas, subvencioná-los, embaraçar-lhes o funcionamento ou manter com eles ou seus representantes relações de dependência ou aliança, ressalvada, na forma da lei, a colaboração de interesse público;

Mesmo tomando conhecimento das condições constitucionais, o cenário político, pelo que se constatou nas eleições de 2010, ainda não se desmembrou da religiosidade. O que se percebe é que as questões que mexem com a população e as religiões foram usadas como estratégias políticas, em um dos países com a maior população católica, de acordo com o senso demográfico do IBGE do ano de 2000, no Brasil 73,8% da população é católica e 15,4% se diz evangélica, após dez anos de publicação da pesquisa, talvez a Igreja Católica já não tenha tal percentual de fiéis, mas isso não quer dizer que a

religiosidade da população brasileira tenha diminuído, pois cada vez mais a população brasileira tem aderido às religiões protestantes.

Os aspectos econômicos e históricos discutidos nas eleições de 2010 pareceram não ter tanto destaque quanto as polêmicas trazidas como a suposta defesa da legalização do aborto.

Os discursos políticos direcionados com apelos de caráter religioso foram grandes pontos de partida para a criação de imagens, dos valores, do caráter e das possíveis pretensões dos candidatos pela massa eleitoral e pelas oposições partidárias. Conforme Citelli,

O discurso religioso realiza uma tarefa *sui generis* enquanto mecanismo de comunicação, pois, se os demais discursos autoritário-persuasivos podem vir a revelar a voz do sujeito falante, nele resta apenas a noção de dogma. Não deixa de ser uma situação curiosa estar diante da mais visível forma de persuasão e do mais invisível eu persuasivo! Deus não fala, dado ser uma realidade imaterial; quem fala em seu nome não é dono do discurso: o pastor é apenas veículo, porta-voz, no máximo um “interpretador” da palavra do Senhor. (*apud* AMARAL, 2003, p.167)

Tais discursos manifestaram-se de formas tão sutis, como a imagem de presidenciáveis lendo trechos bíblicos no horário eleitoral gratuito ou de forma extremamente evidente como a questão do aborto, tão abordada em diversos momentos, propagada nos horários eleitorais, em sites de relacionamento, jornais, revistas; enfim, momentos, objetos sagrados, questões que confrontam os valores morais da Igreja Católica usados como estratégias políticas de convencimento e atração da massa eleitoral, criando a imagens sedutoras e narrações sugestivas, como a do patriarca ou matriarca que honra sua família, que é cristão e está a favor da vida e do bem estar social.

Gustave Le Bon, escreve brilhantemente sobre isso na obra Psicologia das massas, publicada em 1947, de acordo com o autor “o orador, em comunicação íntima com a massa, sabe evocar imagens que a seduzem (...) e um volume que contenha sermões não vale as poucas frases que conseguiram seduzir algumas almas que era necessário converter.”

As ‘poucas frases’ que o autor refere-se na citação acima puderam ser observadas na estratégias de propaganda, frases de efeito foram colocadas em adesivos distribuídos durante a campanha, mensagens como: “Sou Cristão’ ou ‘Sou Jovem’ por isso voto em determinado candidato!”. São poucas palavras, mas que transmitem um ideal, uma característica louvável, ou uma característica da existência do ser humano, onde as convicções dos cristãos e dos jovens se encaixam no perfil e na proposta do determinado candidato.

A cena política se torna a evocação de um significado fundamental: o povo, a vontade de povo, etc. Ela não trabalha mais só sobre signos, mas sobre sentidos, de repente eis que é obrigada a significar o melhor possível esse real ela exprime intimada a se tornar transparente, a se

mobilizar e a responder ao ideal social de representação. (BRAUDILLARD, 2004)

Estereótipos criados de forma estratégica com a intenção de moldar as consciências cidadãos, imagens que de fato podem ser interpretadas como reais e influenciar a representação do eleitor para tal candidato, são evocadas imagens belas, como o exercício da espiritualidade, o convívio familiar, o trabalho, a pobreza que retratam sentimentos apreciados e comuns no cotidiano de algumas pessoas. Como afirma Le Bon (1947), ter conhecimento da arte de comover a imaginação das massas significa conhecer a arte de governar.

Não são pois os factos (sic) em si que impressionam a imaginação popular, mas antes o modo como se apresentam as massas. Esses fatos devem, por condensação, se é que posso exprimir-me desta forma, produzir uma imagem penetrante que preencha e obscureça o espírito. (*Ibid*).

Não podemos esquecer que essa articulação entre Política com a Religião no Brasil é uma herança que vem desde os primórdios da história do país, lembremos que após o descobrimento, a Coroa Portuguesa e a ação dos Jesuítas, foram responsáveis pelas primeiras formas de dominação do território, a justificação ideológica e o suporte ético das intervenções feitas pela Coroa no território brasileiro foram dados pela Igreja, Florival Cáceres (1993) explica que a fé cristã e a necessidade de salvar mais almas para Deus foram colocadas como razões para a colonização, o Rei de Portugal era considerado não somente um rei católico, mas um líder nomeado por Deus que deveria expandir a fé católica e o império. No período imperial, a Igreja era subordinada ao Estado, o imperador tinha o direito ao padroado, ou seja, nomeava os sacerdotes para os cargos religiosos e ainda, as ordens do Papa só seriam seguidas com aprovação do imperador, “o Clero não passava de um obediente servidor e colaborador do Estado.” (FLORIVAL, 1993).

No período da oligarquia republicano, de 1894 a 1930, a Igreja já não era mais controlada pelo Estado, mas durante esse período alguns movimentos de cunho religioso reuniram massas, independentes do controle da Igreja e lideradas por figuras messiânicas, dispararam reivindicando a nova situação que sistema político colocara o Nordeste, como o movimento de Canudos e o de Juazeiro. É durante o período da ditadura, em 1964, que a Igreja se posiciona contra o sistema político, “De entusiasta, Igreja passou a opositora do regime militar, principalmente depois do Ato Institucional nº 5.” (FLORIVAL, 1993). Até que em cinco de outubro de 1988 a constituição declara a total separação do Estado e a Igreja e a liberdade de crenças religiosas no país.

Como já foi discutida, a aliança que existia entre a Religião e a Política tornou-se enfraquecida, com o passar dos séculos e com as mudanças em ambos os cenários, mas não foi abolida totalmente, pois existe uma relação de dependência, principalmente por parte das religiões, pois contam com o

apoio do Estado para o desempenho de suas atividades, são isentas do pagamento do imposto de renda e além da apreensão a projetos de leis que contrariem os preceitos da fé cristã. Ao que parece, com o acontecido nas últimas eleições de 2010, o cenário político brasileiro não se apresentou separado da religião, usando os dogmas, objetos, signos religiosos para autopromoção nas campanhas eleitorais. Essa relação se apresenta cada vez menos mascarada, constitucionalmente a religiosidade deve ser separada da Política, mas ultimamente os indivíduos que compõe a política usam-na como recurso estratégico, acerca disso, Jean Baudrillard (1985), fala sobre a grandeza e decadência do político, de acordo com o autor, “quando o político surge da esfera religiosa e eclesial na época da Renascença, ele é antes de tudo apenas um puro jogo de signos, uma pura estratégia que não se preocupa com a ‘verdade’ social ou histórica”.

O que se pretende colocar em questão não são afeições ou condenações a campanhas de determinados partidos, não se trata da estratégia do partido A ou B, e sim o cenário político brasileiro nos dias atuais. As questões que foram abordadas durante as eleições, de fato, precisam obrigatoriamente ter espaço para uma discussão ampla entre governo e população, mas de forma objetiva, visando à construção de leis que favoreçam a sociedade brasileira e não abordadas como estratégia de convencimento e orientação das convicções da massa eleitoral.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Adriana. “O discurso político sob o discurso religioso e o fazer persuasivo”. In: *Anais do 5º Encontro do Celsul*. Curitiba-PR, 2003, p. 166-170.

BRAUDRILLARD, J. *À sombras das maiorias silenciosas: o fim do social e o surgimento das massas*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição Federal*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/Constitui%C3%A7ao_Compilado.htm>. Acesso em 02 de nov. de 2010.

FLORIVAL, Cárceres. *História do Brasil*. 1º ed. São Paulo: Moderna, 1993.

FREUD, Sigmund. “Psicologia de grupo e análise do Ego”. In: *Além do princípio do prazer, psicologia de grupo e outros trabalhos. Obras completas*. Rio de Janeiro: Imago, 1995.

IBGE, *População residente, por sexo e situação do domicílio, segundo a religião* - Censo Demográfico 2000. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/27062003censo.shtm>> Acesso em 01 de nov. de 2010.

LE BON, Gustave. Características gerais das massas. In, *Psicologia das Massas*. Buenos Aires, Editorial Albatros, 1947.

LIMA, Aluísio. “Para uma reconstrução dos conceitos de massa e identidade”. In: *Revista de Psicologia Política*, 7 (14), 2007, p. 255-270.

LATINOBAROMETRO. *Informe Resumen La Democracia y la Economía*. Santiago, 2003. Disponível em < <http://www.latinobarometro.org/>> Acesso em 02 de nov. de 2010.