

Aline de C Costa dos Santos¹, Edvania Gomes da Silva²

1. Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Memória: Linguagem e Sociedade da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - UESB; *alinedecaldas@gmail.com

2. Professora da UESB, orientadora. *edvaniagsilva@gmail.com

Palavras Chave: *Otimista, sujeito, revista.*

Introdução

O estudo apresenta resultados parciais da pesquisa de doutorado em andamento junto ao Programa de Memória: Linguagem e Sociedade, da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, cujo tema é a relação entre otimismo e memória religiosa em diferentes narrativas. O objetivo do presente trabalho é verificar como o sujeito otimista se apresenta na “Vida Simples”, publicação da Editora Abril. Foram reunidos no *corpus* de análise as capas dos exemplares publicados no último trimestre de 2015 e no primeiro de 2016. O estudo tomou como aporte teórico-metodológico os subsídios de Michel Foucault (2014) acerca da noção de sujeito. Para esse autor, o sujeito é posição que pode ser ocupada por indivíduos em determinadas condições de possibilidade ou “referencial”. Nesse sentido, o autor afasta-se das concepções usuais de indivíduo, sujeito pragmático e de autor, pois, segundo ele, o sujeito é uma “função vazia” (FOUCAULT, 2014, p. 113) a ser ocupada por diferentes indivíduos e que se materializa na formulação de enunciados. O sujeito otimista, por sua vez, é aquele que, em busca da felicidade, prioriza o “ser”, seu arcabouço intelectual e moral, secundarizando o “ter” e o “aparentar”, o patrimônio material e o status de glória, respectivamente (SCHOPENHAUER, 2009).

Resultados e Discussão

Como resultados, foram identificadas em todas as capas referenciais que apontam para o otimista de que trata Schopenhauer: a boa convivência (out/2015), a autoconfiança (nov/2015), objetivos de vida pautados em sentido subjetivo (dez/2015), a potência do medo (jan/2016), reduzir as necessidades materiais (fev/2016) e comunicação afetuosa (mar/2016).

Tabela 1. Capas das revistas selecionadas para o *corpus*.

| | | |
|--|---|---|
|  |  |  |
|  |  |  |

O sujeito que pode ocupar essa função é orientado para o “ser”, pois preconiza os valores morais, a qualidade de relações interpessoais, o uso moderado e consciente dos recursos materiais e se apresenta isento de preocupações com sua imagem física. A simplicidade da proposta visual das capas – apenas uma cor, uso de tons pastéis, ênfase sobre uma imagem e uma formulação linguística objetiva, seguida de um aconselhamento no formato “legenda” – também aponta para esse sujeito que tem foco sobre um tema subjetivo, o qual deve/precisa estar em destaque, descartando a atração pela quantidade de informações presente nas capas tradicionais.

Conclusões

O sujeito que se apresenta nos materiais analisados é um consumidor que tem em vista um conjunto de buscas de ordem subjetiva. Ele não busca por padrões estéticos, econômicos, tampouco se interessa por receitas de sucesso. A publicação oferece um consumidor exemplar: preocupado com opções sustentáveis, com projetos individuais por relações pautadas pelo afeto, com aprendizados para um futuro menos conflituoso para consigo e para com o mundo. Pelo “cuidado de si” (FOUCAULT, 2014b), esse sujeito evita a depressão contemporânea, por não ter afinidade com metas materiais ou com a necessidade de conquistar fama e reconhecimento; ele apenas participa do mundo sem feri-lo no uso de seus recursos, cresce com os desafios e sentimentos, desenvolve práticas de solidariedade e se afirma como um tipo “revolucionário *soft*”.

Agradecimentos

Agradeço à PPGMLS, à UESB, à SBPC.

FOUCAULT, Michel. A arqueologia do saber. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 8ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

_____. História da sexualidade 3: o cuidado de si. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque. São Paulo: Paz e Terra, 2014b

SCHOPENHAUER, Artur. Aforismos para a sabedoria de vida. 3ª ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009