

Thiago Barbosa Soares
[Org.]

ESTUDOS DISCURSIVOS: OBJETOS DE CIRCULAÇÃO SOCIAL



Universidade Federal do Tocantins

Editora da Universidade Federal do Tocantins - EDUFT

Reitor

Luis Eduardo Bovolato

Vice-reitor

Marcelo Leineker Costa

Chefe de Gabinete

Emerson Subtil Denicoli

Pró-Reitor de Administração e Finanças (PROAD)

Jaasiel Nascimento Lima

Pró-Reitor de Assuntos Estudantis (PROEST)

Kherlley Caxias Batista Barbosa

Pró-Reitora de Extensão, Cultura e Assuntos Comunitários (PROEX)

Maria Santana Ferreira dos Santos

Pró-Reitora de Gestão e Desenvolvimento de Pessoas (PROGEDEP)

Michelle Matilde Semiguem Lima Trombini Duarte

Pró-Reitor de Graduação (PROGRAD)

Eduardo José Cezari

Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação (PROPESQ)

Raphael Sânzio Pimenta

Pró-Reitor de Tecnologia e Comunicação (PROTIC)

Ary Henrique Moraes de Oliveira

Conselho Editorial

Presidente

Ruhena Kelber Abrão Ferreira

Membros do Conselho por Área

Ciências Biológicas e da Saúde

Eder Ahmad Charaf Eddine

Marcela Antunes Paschoal Popolin

Marcio dos Santos Teixeira Pinho

Ciências Humanas, Letras e Artes

Barbara Tavares dos Santos

George Leonardo Seabra Coelho

Marcos Alexandre de Melo Santiago

Rosemeri Birk

Thiago Barbosa Soares

Willian Douglas Guilherme

Ciências Sociais Aplicadas

Roseli Bodnar

Vinicius Pinheiro Marques

Engenharias, Ciências Exatas e da Terra

Fernando Soares de Carvalho

Marcos André de Oliveira

Maria Cristina Bueno Coelho

Interdisciplinar

Ana Roseli Paes dos Santos

Ruhena Kelber Abrão Ferreira

Wilson Rogério dos Santos



O padrão ortográfico e o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas de cada autor. Da mesma forma, o conteúdo de cada capítulo é de inteira e exclusiva responsabilidade de seu respectivo autor.

ESTUDOS DISCURSIVOS: OBJETOS DE CIRCULAÇÃO SOCIAL

Copyright ©2023 Universidade Federal do Tocantins

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS - A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. a violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do código penal.

Diagramação e capa: MC&G Editorial

Arte de capa: MC&G Editorial

Revisão: O conteúdo dos textos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade dos respectivos autores

Dados Internacionais de Catalogação na publicação (CIP)

E82 Estudos discursivos : objetos de circulação social [recurso eletrônico] /
org. Thiago Barbosa Soares. – Palmas : EDUFT, 2023.
Dados eletrônicos (pdf) .

Inclui bibliografia.

ISBN: 978- 65-5390-048-6

1. Análise do discurso. 2. Sociolinguística. 3. Comunicação de massa -
Aspectos sociais. I. Soares, Thiago Barbosa. II. Título.

CDD23 : 401 . 41

Biblioteca Priscila Pena Machado – CRB - 7/6971

Direitos desta edição cedidos à
Editora da Universidade Federal do Tocantins | Eduft
109 NORTE AV NS 15 ALCNO 14 - *Campus* de Palmas, BL IV
Palmas - TO
CEP 77001-090 - Brasil
Tel.: +55 63 3229-4301
www.uft.edu.br/editora

SÚMARIO

APRESENTAÇÃO	06
A MÍDIA COMO OBJETO COMUM TANTO PARA TEORIA CRÍTICA QUANTO PARA ANÁLISE DO DISCURSO	11
<i>Thiago Barbosa Soares</i>	
A DIAMETRALIDADE DISCURSIVA DO ENUNCIADO “OPOSTO”: O CONTRASTE NO DISCURSO DO SUCESSO	29
<i>Thiago Barbosa Soares</i>	
UM GESTO DE LEITURA SOBRE O “ARMAMENTO CIVIL” EM UMA ABORDAGEM DISCURSIVA DA MÍDIA	47
<i>Elizangela Araújo dos Santos Fernandes, Thiago Barbosa Soares</i>	
MEMÓRIA DO 11 DE SETEMBRO EM ÉPOCA DA NOVA HISTÓRIA	67
<i>Stefan Bravin Ponche, Jacqueline Pilger Effgen</i>	
UMA ANÁLISE DA CORPORALIDADE NO ETHOS: O APAGAMENTO DO CORPO DA MULHER NO DISCURSO ECONÔMICO	83
<i>Paula Ramos Ghiraldelli, Thiago Barbosa Soares</i>	
CENA DA ENUNCIÇÃO EM RIO TURUNA: UMA ANÁLISE DISCURSIVA	100
<i>Paula Ramos Ghiraldelli, Thiago Barbosa Soares</i>	
O CORPO NA MATERIALIDADE DISCURSIVA DO SUCESSO: UMA ANÁLISE DE CAPAS DE REVISTA “CORPO A CORPO”	115
<i>Damião Francisco Boucher, Thiago Barbosa Soares</i>	
DISCURSO SOBRE O NORTE: A REPRESENTAÇÃO DA IMAGEM TOCANTINENSE EM PAULO VIEIRA	133
<i>Damião Francisco Boucher, Thiago Barbosa Soares</i>	
SOBRE OS AUTORES	157

APRESENTAÇÃO

À luz dos consagrados referenciais teóricos da Análise do Discurso e de outras teorias afins, *Estudos discursivos: objetos de circulação social* é composto de artigos acadêmicos que procuram trazer análises, reflexões, críticas e apontamentos acerca das discursividades circulantes na sociedade através de suportes midiáticos. Desse modo, temas como: *armamento civil, 11 de setembro, corporalidade, Rio Turuna, imagem tocantinense e mídia* impõem-se a partir de análises ao integrar um mosaico de operadores de interpretações heterogêneas em suas regularidades e em suas irregularidades de sentido. Assim, nesta coletânea encontram-se os seguintes títulos: **A mídia como objeto comum tanto para teoria crítica quanto para análise do discurso; A diametralidade discursiva do enunciado ‘oposto’: o contraste no discurso do sucesso; Um gesto de leitura sobre o “armamento civil” em uma abordagem discursiva da mídia; Memória do 11 de setembro em Época da Nova História; Uma análise da corporalidade no ethos: o apagamento do corpo da mulher no discurso econômico; Cena da enunciação em Rio Turuna: uma análise discursiva; O corpo na materialidade discursiva do sucesso: uma análise de capas de revista ‘Corpo a Corpo’ e Discurso sobre o norte: a representação da imagem tocantinense em Paulo Vieira.**

Em **A mídia como objeto comum tanto para teoria crítica quanto para análise do discurso**, em tom de ensaio, tem como objetivo trazer para a Teoria Crítica e para Análise do Discurso um ponto de contato que ultrapassa seus pressupostos teóricos, mas que não lhes prescinde. A mídia, em seu sentido mais amplo, foi e continua sendo objeto de investigação preponderante que conecta, do ponto de vista do escopo, as ciências da linguagem e as ciências sociais e, conseqüentemente, por ser assim, palmilha-se seus respectivos terrenos, nas figuras da Teoria Crítica e da Análise do Discurso, para lhes traçar aproximações. Nesse trabalho, são observados alguns dos principais traços epistemológicos que organizam essas duas áreas e são empregados na análise de um texto midiático cujo principal valor é discursivizar, em medida microscópica, o funcionamento da sociedade contemporânea. A partir desse procedimento de cotejamento teórico, analítico, e de emprego metodológico, esperar-se que uma produtiva união possa se estabelecer para produzir uma atualização mútua e contínua entre Teoria Crítica e Análise do Discurso.

Já em **A diametralidade discursiva do enunciado ‘oposto’: o contraste no discurso do sucesso**, procura-se descrever e interpretar a possibilidade do enunciado diametralmente oposto, ao produzido no interior do discurso do

sucesso, ser um catalizador de sentidos passíveis de compor o instrumental analítico desse discurso. O autor compreende por diametralidade do enunciado sua negatividade marcadamente linguística que torna diametral a sua positividade. Assim, adota-se por pressupostos os postulados de Pêcheux (2009 [1975]; 2006 [1983]) e Orlandi (1996; 2012) na estruturação da Análise do Discurso, conforme o intuito de analisar os sentidos e sujeitos do sucesso na sociedade, considerando, entre outras coisas, o enunciado diametralmente oposto no interior dos discursos midiático e de autoajuda. Para consecução desta investigação, este empreendimento organiza-se, num primeiro momento, com a apresentação de uma discussão conceitual teórica sobre a discursivização da negação. Num segundo momento, empreende-se um gesto de leitura sobre o sucesso e seu enunciado negativo em formulações da revista *Caras* (edição 1013 a 1019) e em três títulos de livros de literatura de autoajuda, a saber: “O Sucesso Está no Equilíbrio (WONG, 2006)”, “O Sucesso Passo a Passo (GEHRINGER, 2010)” e “O Sucesso de Amanhã Começa Hoje (MAXWELL, 2011)”.

Um gesto de leitura sobre o “armamento civil” em uma abordagem discursiva da mídia apresenta um estudo cuja proposta consiste em investigar o funcionamento do discurso midiático sobre o armamento civil. Para tal empreendimento, procura descrever e interpretar como os modos de discursivizar a legítima defesa constituem-se, estruturam-se e reproduzem sentidos tendo, nas reportagens midiáticas da Folha de São Paulo, do Estadão e do Jornal do Tocantins, um espaço constituído de materialização de ideologias. Diante do que é dito, compreende-se que, no discurso midiático, o sujeito falante (orador/enunciador) faz uso de estratégias argumentativas para ganhar adesão, reduzir resistências, manter relações de poder e abarcar o enunciatário/auditório em um envolto discursivo construído por meio do acionamento de elementos patêmicos que visam não apenas informar, mas, sobretudo, influenciar o outro (CHARAUDEAU, 2006, p. 39). Por fim, nas investigações dos enunciados trazidos à análise, observa, como resultado, a partir dos textos jornalísticos analisados, como diferentes sentidos são instaurados de forma a repercutir ideologias ou interesses e intervir nas decisões e nas relações da sociedade.

Em **Memória do 11 de setembro em Época da Nova História** pretende demonstrar como os elementos discursivos, em especial *História e Memória*, estão presentes no gênero textual capa de revista – *Época* - Editora Globo, cuja temática está atrelada ao atentado terrorista de 11 de setembro de 2001, uma vez que 2021 é o ano da segunda década em que a população estadunidense rememora, inexoravelmente, o acontecido em seu território. Isto quer dizer que

a pesquisa se justifica pelos efeitos de sentido atravessados pela história e pela memória de um povo em que a mídia se vale do discurso imiscuído com o lucro a fim de manter os ditames do capital. O estudo busca em Michel Foucault os elementos basilares do plano teórico-metodológico à medida em que se vai descrevendo e interpretando as nuances encontradas nessa tipologia textual; isso sem esquecer autores como Burke, Gregolin, Certeau, Rago, entre outros, os quais trazem desdobramentos indispensáveis ao estudo, tal como o da *Nova História*. Quanto aos resultados alcançados, a pesquisa revela a importância que a Análise do Discurso insere aos estudos dos gêneros textuais e como a mídia explora a *História* e a *Memória* como elementos mercadológicos.

Por sua vez, **Uma análise da corporalidade no ethos: o apagamento do corpo da mulher no discurso econômico** analisa a esterilização da corporalidade feminina na composição do ethos, dentro de sua cena enunciativa, em um anúncio *trueview* da *Empiricus Research*, 2019. Os autores utilizam-se principalmente dos conceitos de ethos e cena com o intuito de possibilitar a análise dos elementos ideológicos que marcam a formação discursiva em que se encaixa o anúncio, levando, com isso, a perceber como determinados sentidos se relacionam com o silêncio na composição do ethos presente no anúncio em questão. Assim, o empreendimento investiga a possibilidade de observar e compreender o funcionamento das bases meritocráticas que se associam ao discurso econômico-financeiro, bem como sua relação estética ao “padrão masculino”, através da caracterização de uma corporalidade feminina esterilizada.

Em **Cena da enunciação em Rio Turuna: uma análise discursiva**, busca-se analisar discursivamente a obra literária *Rio Turuna*, escrito por Eli Brasiliense, publicado em 1964. Como a história do livro é ambientada nas margens do Rio Tocantins no século XX, os autores consideram conveniente utilizar, em seu empreendimento analítico, o conceito de cena da enunciação, na medida que tal aparato teórico-metodológico contribui para melhor compreensão do aspecto espacial-discursivo, extremamente relevante no texto. A justificativa para tal investigação advém da potencialidade interpretativa que o texto literário possui, sendo capaz de se mostrar como um testemunho da realidade sociocultural de um dado povo em um dado tempo e espaço. Assim, o estudo da cena na obra em questão proporciona a apreensão de suas condições de produção, ou seja, da vida e formação da identidade ribeirinha tocantinense, em uma época anterior à criação do Estado. A partir da análise da cena dos fragmentos selecionados no corpus escolhido, é possível chegar à conclusão de que os relatos da narrativa ocorrem de modo a difundir as

relações de poder observadas no texto, na medida em que o narrador os reforça e perpetua tais relações ao enunciar, de acordo com sua posição “socio funcional”, (ORLANDI, 1999, p. 39). Dessa forma, o texto nos conduz a compreender que a configuração social e ideológica das relações hierárquicas de poder que emerge no texto de Eli Brasiense, faz-se num processo em que o discurso se apresenta como resultado do trânsito da linguagem entre o que é dizível por meio da memória (e segundo o qual se retorna ao que foi dito um dia) e a ruptura com os processos de significação.

Por seu turno, **O corpo na materialidade discursiva do sucesso: uma análise de capas de revista ‘Corpo a Corpo’** busca analisar o que se diz e como se diz do corpo na perspectiva de uma materialidade discursiva do sucesso. Tal empreendimento analítico procura a compreensão de como a mídia trata desse percurso temático, propagando sentidos e utilizando tal percurso como mecanismo de subjetivação através do engendramento dos efeitos de sucesso no corpo. São empregados os pressupostos teórico-metodológicos da Análise do Discurso, a fim de apontar o que foi dito e o que está implícito nos processos enunciativos. Também, utilizam-se de noções-chaves da semiótica greimasiana com o propósito de apoiar as análises empreendidas nas capas de revista “Corpo a Corpo”, especificamente as materialidades discursivas das edições que trazem as atrizes Chandelly Braz (2014), Sabrina Sato (2015) e Vanessa Giácomo (2016) como garotas-propagandas, com o objetivo de depreender como o corpo é discursivizado, projetando-se como um objeto comercializável e fazendo funcionar a subjetivação.

Por fim, **Discurso sobre o norte: a representação da imagem tocantinense em Paulo Vieira** propõe uma análise de uma das várias redes de dizeres sobre o norte a qual reproduz a imagem que a mídia faz do nortista. O trabalho objetiva verificar seus possíveis efeitos e suas prováveis contribuições para a construção das formações imaginárias sobre o nortista, especificamente o sujeito tocantinense. Na investigação, utiliza-se como corpus os dizeres de Paulo Vieira, de Antonio Tabet e de Fábio Porchat, humoristas tocantinense e cariocas respectivamente, integrantes do canal no *YouTube* de grande circulação nacional e internacional, a saber, Porta dos Fundos. Neste, tais dizeres são veiculados no vídeo “Promovido”, publicado em 28 de março de 2016 e na entrevista com Paulo Vieira denominada “Paulo Vieira – Que história É Essa, Porchat?” exibida pela GNT em três de outubro de 2019, entre outros, nos quais a imagem construída é representativa dos costumes nortistas, especificamente do sujeito tocantinense. Com isso, através do empreendimento dessas análises, o artigo procura demonstrar o funcionamento de determinados discursos

e como tais dizeres trabalham no apagamento do Estado do Tocantins e, conseqüentemente, na manutenção das projeções que colocam o norte em uma relação assimétrica com o sul do Brasil.

Diante dessa breve apresentação, é necessário dizer que os autores e autoras para analisarem tantas questões polêmicas, e sempre problemáticas, traçaram rumos a partir dos quais os *estudos discursivos e seus objetos de circulação social* demonstram seu mais alto potencial heurístico.

Agradecemos a leitura e o usufruto arguto dos textos aqui presentes!

A MÍDIA COMO OBJETO COMUM TANTO PARA TEORIA CRÍTICA QUANTO PARA ANÁLISE DO DISCURSO ¹²

Thiago Barbosa Soares
Universidade Federal do Tocantins

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Os trabalhos advindos da Escola de Frankfurt são inúmeros, os objetos neles investigados são muitos. O mesmo é possível dizer sobre a Análise do Discurso. Na Teoria Crítica, como é chamada a espinha dorsal das propostas da Escola de Frankfurt, é possível identificar a corrente sociológica do materialismo histórico como a base sobre a qual repousam a visão de homem em sociedade. Gradativamente a psicanálise foi sendo incorporada a essa base através de um conjunto de conceitos freudianos que ainda se mostram contundentes ao explicar muitos comportamentos dos sujeitos. Marx e Freud também enredaram a constituição da Análise do Discurso, porém, essa relação não se deu de uma forma simples e tranquila como aparentemente ocorreu na Teoria Crítica.

Nos idos de 1969, Michel Pêcheux inicia o projeto de análise automática do discurso no qual são tecidos conceitos e apontamentos importantes para o desenvolvimento da Análise do Discurso (doravante AD). Pêcheux em suas críticas à planificação da comunicação e à psicologia social chega a uma concepção de discurso, qual seja, “efeitos de sentido entre os pontos A e B” (PÊCHEUX, 2010, p. 81), que mobiliza, para sua análise, a linguística, o materialismo histórico e a psicanálise. Em 1944, Adorno e Horkheimer trazem ao público a “Dialética do esclarecimento” visando engrossar as fileiras dos observadores do avanço do capitalismo pós-guerra e seus impactos na formação social. A AD e a Teoria Crítica (TC doravante) se interessam pelas forças integrantes da sociedade e como essas agem reagindo e regendo as estruturas econômicas, culturais e políticas.

¹ Este texto deriva de resultados do projeto de pesquisa *O SUCESSO MIDIÁTICO COMO PONTE PARA O SUCESSO POLÍTICO* sob o número de registro **3536** na Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da UFT.

² Este texto possui uma versão modificada que foi publicada na revista *Porto das Letras In: v. 5 n. 1* (2019): Estudos da Linguagem.

Uma visão de sociedade está posta tanto para a AD quanto para TC: a sociedade não é um aglomerado de indivíduos ocupantes de uma determinada porção de terra e, esta, determinada por uma entidade supra terrena. A sociedade é uma estrutura sujeita a si mesma cujo principal eixo de seu funcionamento é a troca de informação, ou seja, a comunicação. É precisamente nesse ponto que a AD e a TC se encontram e podem produzir análises significativas para melhor compreensão dos mecanismos de disseminação de informação e, sobretudo, de suas possíveis repercussões nas estruturas de poder social. É nesse lugar como uma mediadora no processo comunicacional que a mídia, então, tomou e toma a frente dos interesses tanto da AD quanto da TC, pois seu impacto na vida dos sujeitos, da cultura, da economia e da política, entre outras esferas de atuação humana, é ainda relativamente pouco conhecido pelo grande público, já que comumente é tomada como evidente integrante orgânico da sociedade.

APROXIMAÇÕES TEÓRICAS

Marx, Freud são as bases epistemológicas da TC. Saussure, Marx e Freud são os pilares da AD. Como seria possível que projetos de interpretação social tão próximos não tenham sido entrelaçados no interior das ciências sociais e das ciências da linguagem? Ora, parecem existir problemas ou resistências subjacentes a esses aparatos teóricos de reflexão e de análise da sociedade que travam uma batalha subterrânea inaudível acerca de pressupostos considerados atualmente irrelevantes ou de pouca capacidade heurística. Para entendermos melhor as semelhanças entre AD e TC precisamos verificar primeiro as intersecções, Marx e Freud.

Marx e Freud: ambos acreditam que grande parte do que o homem pensa conscientemente é determinada por forças que operam à sua revelia, ou seja, sem o conhecimento do homem; que o homem explica suas ações para si mesmo como sendo racionais ou morais, e que essas racionalizações (falsa consciência, ideologia) lhe satisfazem subjetivamente. Mas sendo impulsionado por forças que lhe são desconhecidas, o homem não está livre. Só pode atingir a liberdade (e a saúde) adquirindo consciência dessas forças motivadoras, ou seja, da realidade, quando então poderá ser dono de sua vida (dentro das limitações da realidade), ao invés de ser escravo de forças cegas. A diferença fundamental entre Marx e Freud está no respectivo conceito da

natureza dessas forças que determinam o homem. Para Freud, elas são essencialmente fisiológicas (libido) ou biológicas (instinto de morte e instinto de vida). Para Marx, são forças históricas que atravessam uma evolução no processo do desenvolvimento socioeconômico do homem. Para Marx, a consciência do homem é determinada pelo seu ser, este pela sua prática da vida, esta pelo modo de produção das coisas essenciais à vida, ou seja, pelo seu modo de produção e pela estrutura, modo de distribuição e consumo dela resultantes (FROMM, 1963, p. 107-108).

Tanto a AD quanto a TC percebem uma complementaridade na relação possível de se fazer entre Freud e Marx, porém, não é uma operação rápida nem simples de junção do inconsciente psicanalítico ao materialismo histórico. No próprio trecho acima de Erich Fromm, há duas inconsistências: a descrição do inconsciente em Marx e em Freud como sendo o mesmo, mas com forças distintas; e a descrição da primeira tópica do inconsciente. Alguém não ter consciência do processo histórico de produção das condições de vida, em absoluto, quer dizer que está inconsciente. Do ponto de vista psicanalítico, o inconsciente é parte do aparelho psíquico que se traduz “em um saber que não se sabe”. Em sua revisão do funcionamento do inconsciente, Freud desenvolve sua segunda tópica de acordo com a qual o id, superego e ego são as regiões sistemáticas de ação do inconsciente. Assim, a psicanálise deixa de ser tão fisiológica e passa a ser mais psicológica, contudo, as estruturas id, superego e ego são forjadas a partir do conjunto de experiências dos sujeitos, de modo que o materialismo histórico, em escala micro, possa aí ser percebido.

As estruturas sociais e as estruturas psíquicas estão intimamente relacionadas, ensejando um exame dos componentes da coletividade e seus efeitos na conformação do inconsciente dos sujeitos. Com essas contribuições, entre outras, a TC tem seus fundamentos sistematizados. Todavia, o que é tão bem-organizado como cosmovisão ainda pode ganhar um especial acréscimo: uma teoria da língua. Ora, o uso da língua está na base do processo comunicacional e, conseqüentemente, é o principal componente interpretativo do mundo e de suas estruturas. Portanto, para se estudar o funcionamento dos sujeitos em sociedade é necessário compreender o que os liga, os aproxima e os distancia no interior das trocas proporcionadas pelo emprego da língua(gem).

LÍNGUA, LINGUÍSTICA E DISCURSO

Ferdinand de Saussure no “Curso de linguística geral” ao expor o objeto da linguística, cria o conceito de signo linguístico. Depois de já ter separado língua de linguagem, ele diz que aquela é um “sistema de signos arbitrários” (1972, p. 87). “Chamamos *signo* a combinação do conceito e da imagem acústica” (1972, p. 81). A imagem acústica é o significante enquanto o conceito é o significado, sendo ambos intimamente unidos. Tanto um quanto outro são entidades psíquicas não se confundindo com o som físico. “O signo linguístico é arbitrário”, afirma Saussure, porquanto não há laço natural entre o significado e o significante, de maneira a ser o significante *imotivado*. Não há motivo para que “cão” se chame “cão”. Aqui se tem um conceito fundamental no pensamento saussuriano, valor. “A língua não pode ser senão um sistema de valores puros” (SAUSSURE, 1972, p. 130).

Temos, então, que a língua é formada por unidades abstratas e convencionais. Além disso, mais uma importante distinção feita por Saussure é a entre língua e fala. “A primeira social, registrada passivamente, psíquica, soma de marcas em cada cérebro e um modelo coletivo, enquanto a outra individual, ato de vontade e de inteligência” (SOARES, 2020, p. 33). Em outros termos, a língua é uma instituição social, em sentido durkheimiano, totalizante e virtual; a fala, ao contrário, é a realização da língua pelo sujeito falante, sendo, portanto, circunstancial e variável. Nesse sentido, a fala depende do indivíduo, e, não sendo sistemática como Saussure pretendia para os objetos a se estudar no campo da linguística, fica excluída.

Implementado, assim, o objeto da linguística, a língua, as compartimentalizações que em boa medida já existiam, passam a incorporar os estudos da língua. Fonética e fonologia, morfologia, sintaxe e semântica constituem, a partir de uma série de “dualidades”, o núcleo duro da linguística. Cada um desses níveis da língua contempla seu anterior, em tese. Todavia, quando se trata das significações as coisas mudam de figura e precisam sempre ser remetidas ao extralinguístico, como afirma Pêcheux (2012a, p. 124-125),

O caso é completamente diferente para a semântica. Com efeito, o laço que liga as “significações” de um texto às suas condições sócio-históricas não é, de forma alguma, secundário, mas constitutivo das próprias significações: como se observou com toda a propriedade, falar é totalmente diferente do que produzir um exemplo da gramática.

Desse modo, já não é mais possível observar, investigar e estudar as significações fora de um ambiente social de produção; em outros termos, os níveis fonético/fonológico, morfológico e sintático poderiam ser compreendidos apenas no sistema de supostas dualidades da língua, em contrapartida, o nível semântico, considerado por muito tempo um problema ou, pelo menos, um problematizador na investigação linguística, precisa, como sempre necessitou, do componente extralinguístico para ser entendido. O que até então era considerado um coroamento ou desiderato dos outros níveis da língua agora passa à condição de porta para o discurso.

Ora, o significado de um texto não é necessariamente pertencente à estrutura da língua, tampouco decorre de um subjetivismo que lhe imprime sentido ao sabor das vontades individuais. Em uma analogia ao destacamento feito por Saussure, o significado não está exclusivamente na fala nem exclusivamente na língua, encontra-se, portanto, na mediação entre ambas, isto é, no discurso. Esse não é uma instância da língua, mas por ela pode ser engendrado. O discurso é um ser sem deixar de ser, um estar em contínuo fluxo. Pêcheux o definiu, então, como “feitos de sentido entre os pontos A e B” (PÊCHEUX, 2010, p. 81), como vimos antes. Tal concepção pode ser vinculada a uma outra ainda mais pontual:

Assim concebido, o discurso deixa de ser o que é para a atitude exegética: tesouro inesgotável de onde se podem tirar sempre novas riquezas, e a cada vez imprevisível; providência que sempre falou antecipadamente e que faz com que se ouça, quando se sabe escutar, oráculos retrospectivos; ele aparece como um bem – finito, limitado, desejável, útil – que tem suas regras de aparecimento e também suas condições de apropriação e de utilização; um bem que coloca, por conseguinte, desde sua existência (e não simplesmente em suas “aplicações práticas”), a questão do poder; um bem que é, por natureza, o objeto de uma luta, e de uma luta política (FOUCAULT, 2013, p. 147-148).

Muito pode ser dito sobre o discurso, mas, antes de qualquer coisa, é fundamental compreendermos que o discurso é a própria sociedade funcionando manifestadamente através dos jogos de sentidos. Nem Foucault, nem Pêcheux tece o discurso como exclusividade derivada do uso social da língua, mas é preciso termos claro no horizonte que é por meio do uso da língua que os sentidos são disseminados com maior intensidade nas sociedades mais industrializadas, sobretudo, é crucial termos em vista que a língua, para além de

seus usos mais comuns, é o maior interpretante dos sentidos. Sem a língua não teríamos condições de interpretar o que quer que fosse. Por isso, o discurso e suas forças antagônicas são analisados por meio da língua. A AD surge com esse papel e desenvolve uma série de conceitos que nos permitem constatar os mecanismos de profusão de sentidos na sociedade. Em grande medida, a TC também emerge como uma escola cujo objetivo era/é interpretar as relações de poder no seio social e como essas estão engendradas tacitamente nas/pelas lutas de classes.

UM OBJETO COMUM: A MÍDIA

“As mídias nos manipulam? Eis uma questão que ocupa um lugar central em muitas conversas, discussões ou análises” (cf. CHARAUDEAU, 2015, p. 251). Porém, se bem refletida, sobretudo, a partir das bases fornecidas pela Escola de Frankfurt, a interrogação e suas respostas, sim ou não, mostrar-se-ão pouco férteis para se compreender os atuais fenômenos sociais. Por ter isso em vista, nos encaminhamos para uma certeza acerca da influência na expressão discursiva da mídia em seus mais variados difusores. É sobre essa que recai uma indagação crucial: como a mídia exerce tanta influência na sociedade? Evidentemente é um questionamento de alta complexidade e de interesse para o conjunto das ciências humanas, de modo que a investigação que empreendemos vai ao encontro de um de seus objetivos, a saber, compreender e tecer interpretações críticas a respeito de um objeto que julgamos comum tanto à AD quanto à TC, a mídia.

Posto isso, uma vertente mais materialista da sociologia brasileira quando observa a relação da opinião pública com a mídia televisiva, afiança:

A manipulação grotesca, por exemplo, da TV brasileira – talvez só comparável à das ditaduras – nem sequer é percebida pelo público. Como sempre foi assim, não existe padrão de comparação crítica. Nesse contexto, a “opinião pública” tende a equivaler à “opinião que se publica” (SOUZA, 2015, p. 249).

Uma vez que a instituição da mídia tem pouco a pouco modificado a ordem econômica, social e cultural da humanidade, é razoável questionarmos quais as repercussões que a imprensa, o rádio, a televisão e a internet podem ter na organização dos discursos circulantes e na incorporação desses pelos sujeitos. Tais repercussões estão intimamente ligadas à expectativa geral de

uma influência determinada pela mídia em seus usuários que se justifica diante de alguns dados, dentre os quais se destacam:

1. o fato de que as organizações da mídia atraem gigantescos investimentos de recursos econômicos;
2. o fato de que a vida política das comunidades esteja integralmente ocupada pela cena midiática;
3. o fato de que os vários discursos midiáticos sejam construídos segundo as regras da publicidade, ou seja, por um tipo de texto intrinsecamente programado para “orientar” (MININNI, 2008, p. 72; aspas do autor).

Portanto, encontramos, como traço textual-discursivo, a intertextualidade publicitária dos diversos textos midiáticos, em seus diversos formatos, orientando a constituição do consenso, ou melhor, do discurso social. “*El discurso social es el medio obligado de la comunicación y de la racionalidad histórica, así como también es, para algunos, un instrumento de prestigio social, del mismo nivel que la fortuna y el poder*” (ANGENOT, 2012, p. 61)³. Trata-se da fusão da lógica da falta (de informação) com a lógica da necessidade (de entretenimento), gestada pela publicidade no interior do espaço comunicacional midiático constitutivo do discurso social. Isso não quer dizer que a publicidade não mantenha seu lugar no campo da mídia, mas, antes, significa que seus mecanismos discursivos podem ser observados na produção midiática da informação e do entretenimento.

A fusão da cultura e do entretenimento não se realiza apenas como depravação da cultura, mas igualmente como espiritualização forçada da diversão. Ela já está presente no fato de que só temos acesso a ela em suas reproduções como cinefotografia ou emissão radiofônica (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 118).

Quanto não são os anúncios publicitários contendo informações supostamente relevantes ou mesmo sendo divertidos para atrair o público. Em geral, a publicidade exercita sua sedução não tanto em esclarecer os benefícios de um produto ou de um bem de consumo, quanto em criar um mundo no

³ Em tradução livre: “O discurso social é o meio obrigatório da comunicação e da racionalidade histórica, assim como também é, para alguns, um instrumento de prestígio social, do mesmo nível que a fortuna e o poder”.

qual o possível consumidor sinte-se valorizado e, conseqüentemente, gratificado e, mais ou menos em breve, novamente vazio. Uma estratégia recorrente na esfera publicitária consiste em utilizar um sujeito de visibilidade midiática (ator, cantor, esportista, etc.) como avalista da qualidade de um artigo. A força persuasiva dos testemunhos dados pelos famosos, origina-se, sobretudo, do vínculo especial que une o público aos protagonistas midiáticos (MININNI, 2008). Ora, é com o emprego das personalidades prestigiadas no campo publicitário que surge o ponto de chancela do encontro entre o informar e o entreter. Assim, pode-se admitir que “a propaganda se faz com imagens e palavras, sentimentos, ideias e gestos. É, pois, evidentemente, um negócio de *psicologia*” (cf. PÊCHEUX, 2012b, p. 74; grifo do autor) perversa que faz sistemático uso das relações transferenciais para lhe converter em lucros.

Situações semelhantes aparecem no mundo da propaganda comercial. Os meios de comunicação de massa criam ídolos do público. A imagem que o público fazia da atriz de rádio, Kate Smith, por exemplo, era de que uma mulher que compreendia como nenhuma outra as mulheres americanas; que tinha muita simpatia pelas pessoas simples; que era um tipo de guia espiritual e mentora; que era uma patriota cujos pareceres sobre assuntos públicos deveriam ser levados em consideração (MERTON; LAZARSELD, 2011, p. 142-143).

Desse ponto de vista, refutamos duas considerações de Charaudeau: a) o discurso da propaganda como tipologia relativamente hermética cujo locutor e interlocutor conhecem seus termos (2010); b) a mídia como manipuladora manipulada (2015). O fato de “o discurso propagandista não poder ser taxado de manipulatório, já que as duas instâncias (eu-tu) conhecem os termos do contrato” (cf. CHARAUDEAU, 2010, p. 63), evidencia uma tipologia de discurso fechada que não observa os entrelaçamentos dos gêneros multimodais manuseados pela mídia e, ao mesmo tempo, desconhece a influência dos sujeitos do sucesso midiático (SOARES, 2017) na composição de propagandas forjadas pela informação e pelo entretenimento, ou seja, formatadas pela lógica da necessidade e pela lógica da falta.

Quanto à possibilidade de “que as mídias manipulam de uma maneira que nem sempre é proposital, ao se automanipularem, e, muitas vezes, são elas próprias vítimas de manipulação de instâncias exteriores” (cf. CHARAUDEAU, 2015, p. 252), acreditamos na boa fé do autor em tentar problematizar a diabólica manipulação imputada à mídia. Ainda assim, julgar

a mídia como vítima de seus próprios procedimentos é, entre outras coisas, dizer que seu objetivo não foi atingido, porém, se ela mesma caiu nas garras da manipulação de outras instâncias, significa que a manipulação funciona e o problema são as outras instâncias que são manipuladas por outras e assim sucessivamente. Aqui nos deparamos com a lógica da *reductio ad infinitum* cujo principal traço é a impropriedade do raciocínio a que subjaz. E, por compreendermos que a mídia influencia nos seus diversos segmentos, a manipulação se constitui no extremo da influência que não deve ser a regra, tampouco parece ser a exceção. No limite, é possível dizer que a mídia “reflete” os jogos de poder da sociedade, conseqüentemente, acaba por ser influenciada, mas não manipulada, como quer Charaudeau.

AD E TC: APROXIMAÇÕES PRÁTICAS

Observadas as semelhanças epistemológicas entre AD e TC e traçada a mídia como objeto comum de análise de ambas, nada mais salutar do que lhes permitir a oportunidade para que se auxiliem no emprego da interpretação de informações disseminadas pela mídia. Para tanto, recortamos a seguinte notícia – um objeto midiático cujo principal valor é discursivizar, em medida microscópica, o funcionamento da sociedade contemporânea – de uma revista considerada progressista no Brasil, Carta Capital.

Para ler Michael Jackson⁴

Biografia contestada do astro pop analisa a origem aberrante da indústria de entretenimento dos Estados Unidos

Segundo o jornalista Bill Wyman, na revista *The New Yorker*, Jackson realizou a aspiração de muitos artistas ao cruzar fronteiras de mercado. “Ele conquistou uma popularidade e uma autonomia econômica nunca antes sonhadas por um artista negro”, escreveu. “Em meados dos anos 1980 era o maior astro negro da história ao evitar percepções convencionais de negritude.” Wyman afirma que o cantor, com sua voz infantil, aparência andrógina e pele cada vez mais branca, tornou literal o desejo de uma estética universal.

Recorte de matéria oriunda do segmento Cultura da revista Carta Capital. Noticiar uma biografia parece estar mais bem alinhado com uma

⁴ Publicado em 07/03/2013.

concepção de cultura mais elitista, na qual o livro é o artefato cultural de maior valor simbólico na estruturação da cultura. Se, por um lado, é, em princípio, de leitura que se trata a reportagem acima, por outro, é de uma personalidade de sucesso, o que denuncia, ou pelo menos elucida, o fato de o sucesso atualmente ser considerado integrante da cultura. Por isso, o incentivo dado pelo título da notícia de se ler *Michael Jackson*, porquanto a literatura, que nunca saiu ilesa das tendências da época, é um dos redutos do sucesso produzido pela mídia. *Michael Jackson* é tanto para ser ouvido, quanto para ser lido.

Para ler Michael Jackson se inscreve no interdiscurso da recomendação de leitura por fazer uso da fórmula, em sentido amplo, *para ler...* Michael Jackson não era -um escritor para ser lido metonimicamente por meio de sua obra, mas, sim, um cantor. Ler e ouvir são práticas distintas, do ponto de vista semântico, que, quando figuram como recomendação em uma manchete, selecionam o público leitor. *Para ouvir Michael Jackson* remeteria a uma coletânea de músicas. No entanto, a formulação *Para ler Michael Jackson* não exclui aqueles que ouviam e ouvem suas canções para se centrar em quem lê, ao contrário, chama ouvintes a se tornarem leitores, e, no limite, leitores a se tornarem ouvintes.

Para o discurso midiático, por intermédio do discurso do sucesso (SOARES, 2017), transformar fãs de um vulto do setor musical em consumidores de outro artefato de venda, livros dessa personagem, é excelente negócio, pois há a movimentação de mais um nicho de lucros que, por sua vez, aquece outros tantos. *Para ler Michael Jackson* é sintoma materializado linguisticamente do que afirmou Althusser (1992, p. 94): “A ideologia interpela os indivíduos enquanto sujeitos”. A ideologia do sucesso visa interpelar (o já interpelado) o ouvinte de Michael Jackson em um leitor e, como ricochete, tornar não ouvintes em leitores, por conseguinte, estes serem interpelados em consumidores das músicas do cantor. Estratégia discursiva de reaproveitamento massivo dos existentes recursos comercializados somada à capitação de mais adeptos ao sucesso do *astro pop*.

Para ler Michael Jackson ganha seus contornos de justificativa (do porquê ler *Michael Jackson*) no interior da matéria. O subtítulo *Biografia contestada do astro pop analisa a origem aberrante da indústria de entretenimento dos Estados Unidos* auxilia no rastreio das condições de produção e emergência da própria notícia, pois “é impossível analisar um discurso como um texto, isto é, como um sequência linguística fechada sobre si mesma, mas que é necessário referi-lo ao conjunto de discursos possíveis” (PÊCHEUX, 2010, p. 78; itálicos do autor). Em vista disso, *Biografia contestada do astro pop* remonta não só a

para ler *Michael Jackson* como também ao sucesso das celebridades midiáticas, ou seja, ao discurso do sucesso que as encarna. Quem tem uma biografia contestada que analisa a origem aberrante da indústria de entretenimento dos Estados Unidos sendo recomendada em título de uma revista estrangeira? A resposta é o já-dito que recupera o sujeito do discurso do sucesso, *o astro pop, Michael Jackson*.

Ao seguirmos o fio do discurso tecido no texto, encontramos a caracterização de biografia pela unidade lexical *contestada*, denotando um possível avesso do que se veicula comumente por apenas biografia. Noutras palavras, a biografia em questão trará não apenas os fatos, mas também contestará os fatos que foram edificados pela *indústria de entretenimento dos Estados Unidos*. Esse é, então, mais um mecanismo textual de (re)construção discursiva do sucesso de Michael Jackson, porquanto dirá a “verdade” por contestação, que não deve ser outra coisa senão a heroicização do cantor. Além de ser uma *biografia contestada*, a obra *analisa a origem aberrante da indústria de entretenimento dos Estados Unidos*. O modificador *aberrante* traz ao trecho um traço da formação discursiva que critica a indústria de entretenimento dos Estados Unidos. Ora, a face perversa da indústria cultural de entretenimento norte-americana já fora escrutinada a fundo por muitos outros, sobretudo pelos membros da Escola de Frankfurt, não sem razão Adorno e Horkheimer dizem a esse respeito:

A fusão atual da cultura e do entretenimento não se realiza apenas como depravação da cultura, mas igualmente como espiritualização forçada da diversão. Ela já está presente no fato de que só temos acesso a ela em suas reproduções, como a cinefotografia ou emissão radiofônica. (...) Quanto mais firmes se tornam as posições da indústria cultural, mais sumariamente ela pode proceder com as necessidades dos consumidores, produzindo-as, dirigindo-as, disciplinando-as e, inclusive suspendendo a diversão: nenhuma barreira se eleva contra o progresso cultural. (...) Divertir significa sempre: não ter que pensar nisso, esquecer o sofrimento até mesmo onde ele é mostrado (p. 118-119).

Adorno e Horkheimer deixam claro o poder da indústria cultural de entretenimento em “coisificar” a vida. Uma biografia de Michael Jackson é integrante inevitável do processo de glorificação de uma celebridade pelo aparato dessa indústria *aberrante*. Tal crítica feita nessa obra sobre o *astro pop* se assemelha à hipotética indignação do homem com o fogo trazido do Olimpo

por Prometeu⁵, depois de tê-lo muito usufruído para fazer tudo que lhe é exequível com o benefício. “Crítico para conquistar” serviria como um rótulo para muitos dos que representam o sucesso e pretendem angariar mais fã asseverando a desaprovação à mídia ou à *indústria de entretenimentos*.

Como outro recurso de discursivização do sucesso de *Michael Jackson*, a notícia tem estruturas sintáticas cujos modelos são as canônicas formas de discurso indireto e direto, cada qual gerando efeitos de sentidos complementares na retomada e constituição do interdiscurso do qual o intradiscurso extrai sua significação. Então, para se dizer que *Jackson realizou a aspiração de muitos artistas ao cruzar fronteiras de mercado*, evoca-se a figura de um jornalista norte-americano, Bill Wyman, da revista de mesma nacionalidade, empregando aí a forma de discurso indireto. Sobre esse tipo de expressão, Platão e Fiorin (1993) explanam:

O discurso indireto não se interessa pela individualidade do falante revelada no modo como ele diz as coisas. Por isso é a forma preferida nos textos de natureza filosófica, científica, política etc., quando se expõem as opiniões dos outros com a finalidade de criticá-las, rejeitá-las ou **incorporá-las** (p. 185; grifo nosso).

Diante das demais partes desta reportagem, pode-se afirmar que a opinião do jornalista Bill Wyman foi incorporada ao conjunto de ideais exteriorizados. Todavia, o desempenho do sujeito responsável pelo dito não deixa de ser levado em consideração, pois ele não é qualquer pessoa, é jornalista *na revista The New Yorker*. Portanto, o efeito de “objetividade analítica”, tal como entendido por Platão e Fiorin (1993, p. 184), fica comprometido pela parcialidade impressa no texto. E na busca de criar o efeito de verdade, o discurso direto é mobilizado em: “*Ele conquistou uma popularidade e uma autonomia econômica nunca antes sonhadas por um artista negro*” e “*Em meados dos anos 1980 era o maior astro negro da história ao evitar percepções convencionais de negritude.*” “Ao optar pelo discurso direto, o narrador cria um efeito de verdade, dando a impressão de que preservou a integridade do discurso citado e a autenticidade do que reproduziu” (PLATÃO; FIORIN, 1993, p. 184).

A reportagem serve-se de tantos mecanismos, ao (re)construir o sucesso do cantor, que não é preciso ler a biografia para se saber que ela o enaltece ainda mais. Nessa toada, o discurso indireto é repetido no seguinte fragmento:

⁵ O titã em questão é protagonista de inúmeras narrativas mitológicas, dentre elas se encontra a condução do fogo aos homens, e, com isso, lhes industrializando. Cf. *Mitologia grega e romana* de Commelin.

Wyman afirma que o cantor, com sua voz infantil, aparência andrógina e pele cada vez mais branca, tornou literal o desejo de uma estética universal. Aqui múltiplos elementos carecem de exame, como a negritude do cantor, sua voz e o desejo de uma estética universal. A começar pela negritude, progressivamente rechaçada por Michael Jackson em sua própria pele, cujo principal sinal é o de materialização do discurso racista de discriminação.

O *astro pop* desempenhou vivamente o papel de agente do sucesso como uma celebridade com enorme visibilidade, no entanto, foi impelido pelo discurso da discriminação a marcar a ideologia dominante na pele, que de negra passou a praticamente branca. Ora, o discurso do sucesso é o discurso das classes detentoras dos meios de produção da vida social – geradoras fundamentais das desigualdades e discriminações – travestida das significações de glória midiática, de autonomia financeira, de realização pessoal e profissional, tão potente que algemou boa parte do potencial combativo do cantor na luta contra o racismo. Quem poderia ter maior aderência do grande público, de seus fãs e demais setores da sociedade para se opor às práticas de racismo foi justamente quem comprovou que “Toda ideologia interpela os indivíduos concretos enquanto sujeitos concretos, através do funcionamento da categoria de sujeito” (ALTHUSSER, 1992, p. 96).

A ideologia tem suas raízes profundas no inconsciente, agindo, muitas vezes, sorrateiramente na elaboração dos sujeitos “bons” (ALTHUSSER, 1992, p. 96), por isso quem não lhe reconhece e lhe é contrário chama-se sujeito “mau” ou subversivo. O sujeito do sucesso não pode ser mau, ao contrário, precisa ser um sujeito bom para ter seus atributos inflamados pela mídia. “A mídia nesse sentido, não é apenas o *instrumento* de imposição legitimada de um padrão, mas também a *arena* das disputas de espaço pela construção de práticas significativas dentro de uma cultura em luta” (MARTINO, 2010, p. 147; grifos do autor). A *pele cada vez mais branca* gesta no interdiscurso os sentidos aos quais todos que não são brancos estão submetidos, o clareamento da pele de um *astro pop* são alguns de seus efeitos.

A mídia conserva a hegemonia ideológica em suas práticas discursivas, de modo a perpetuar o edifício do sucesso e seus atributos, num apelo sutil a um item da sentença do imperador Vespasiano: “pão e circo para o povo”. Eis, assim, que a voz do cantor surge no tecido textual unida à *aparência andrógina* como marca do sucesso de Michael Jackson. A voz do *astro pop* caracterizada como *infantil*, remete-nos ao início da ópera na Itália em que os cantores eram castrados em tenra idade para manterem um timbre infantil ou feminino. A

esse respeito, o filme *Farinelli, Il Castrato*⁶ demonstra em seu enredo como a fama de um jovem castrado foi se estabelecendo como uma espécie de padrão.

Wajcman (2012), acerca do cantor de ópera castrado, diz: «*Le castrat tient en quelque sorte la position de la voix off, disant la raison du désir qui lie l'homme à la femme. Voix ailleurs, il est la voix du désir, son Autre à la fois présent et ignoré*» (p. 34)⁷. É essa voz infantil, também traço presente na voz feminina, que trouxe a muitos cantores de ópera de séculos passados e a *Michael Jackson* o reconhecimento e a fama. A voz *infantil* como um desejo do outro, desejo no qual é arrolado homem e mulher, tal como alude Wajcman; por ser a voz de fora, isto é, nem a voz do homem, nem a voz da mulher, mas lhes constituindo na origem, é a voz do desejo reprimido. A voz dita infantil realiza o retorno do que já não é mais, o encontro com a falta insistentemente presente no Outro e o encadeamento do retorno à falta.

Portanto, a voz *infantil do astro pop* sustenta e dá vazão a discursos sobre a voz e lhes imprime as peculiaridades do discurso do sucesso midiático assentadas no acabamento mercadológico da voz. É a voz *infantil, aparência andrógina* e a *pele branca* a literalidade do *desejo de uma estética universal*. Desse modo, não só é criado o efeito de exaltação da figura do cantor como também são estabelecidos componentes hegemônicos da estética do sucesso.

A criação de um padrão estético e sua propagação pela mídia é um elemento na construção de hegemonias, identidades e práticas entre os receptores, mais ou menos dispostos a pensar nesses elementos quando de sua apropriação da mensagem dos meios (MARTINO, 2010, p. 147).

O desejo de uma estética universal é, no fio do discurso, uma pré-construção do próprio sucesso. A capitalização da estética do sucesso dura o tempo da representatividade midiática de seu sujeito, quando essa cessa, outra personalidade assume o lugar – invariavelmente isso ocorrerá, dadas as crescentes

⁶ Na Idade Média, a Igreja havia proibido que mulheres cantassem no coral das igrejas. Para não ficarem sem as necessárias vozes sopranos, os representantes de Deus na Terra encontraram uma solução unguida: castrar jovens meninos cuja voz tenha sido considerada bela. Assim, nos corais da Santa Igreja não faltariam nunca os sopranos e contraltos (os primeiros são tipos de vozes femininas mais agudas e com maior alcance vocal, os segundos são vozes femininas de tipo mais baixo e pesado em relação aos anteriores). Farinelli, cantor do século XVIII, para preservar sua voz, foi castrado em sua infância. Durante toda sua vida ele se tornou um grande e famoso cantor de ópera, sendo levado à glória máxima, coberto de ouro por príncipes e venerado pelo público. Direção: Gérard Corbiau, 1994. (Cf. fonte desta sinopse modificada e da película <https://www.youtube.com/watch?v=4q7199F1rgU>).

⁷ Em tradução livre: “O castrado mantém de algum modo a posição da voz de fora, dizendo que é razão para o desejo de que liga o homem a mulher. Voz é, além disso, a voz do desejo, seu Outro presente e ignorado.”

demandas preparadas para o consumo – ou o mercado em conjunto com a mídia lança produtos que difundam e vendam a celebridade, aproveitando, assim, do alastramento do seu sucesso, como uma biografia *Para ler Michael Jackson*.

CONSIDERAÇÕES: UM OBJETIVO, MÚLTIPLOS CAMINHOS

O caminho que percorremos não apenas demonstra as afinidades existentes entre a TC e a AD como também assegura uma parceria produtiva na compreensão de muitos objetos culturais, tais como a mídia. Há a possibilidade de que esses campos possam se atualizar mutuamente em prol de uma maior acuidade da investigação das forças entrelaçadas no tecido social. Trata-se de contribuições que podem somar-se visando à apreensão de fenômenos complexos por meio de interpretação das produções simbólicas e discursivas circulantes em sociedade. Não só há espaço para a atuação da AD e seu instrumental analítico na compreensão da relação entre sujeitos como também há campo para TC subsidiar muitos procedimentos de análise da AD e vice-versa.

Todavia, algumas ponderações podem se adiantar. AD e TC têm suas ramificações e nem todas são compatíveis entre si, porém, podem ser complementares, se seus pesquisadores humildemente entenderem que cada ponto de vista traduz a vista de um ponto e quanto maior for a visão do todo, maior deverá ser a clareza com a qual o perceberemos. Aqueles que, de antemão, julgam a TC ultrapassada são os mesmos que acreditam que AD precisa superar sua fundação por Michel Pêcheux.

Com isso, afirmamos que não deve haver pesquisas isoladas em nenhuma ciência, tampouco nas matrizes epistemológicas das ciências sociais e das ciências da linguagem. Nelas existem, sim, uma diversificação de aportes teórico-metodológicos nos quais se encerra muitas vezes o diálogo entre suas fronteiras e suas limitações. As mudanças sofridas na AD e na TC, em sua maioria, advêm da incorporação de conceitos e de terminologias usados em áreas relativamente próximas. A partir desse expediente, cria-se o efeito de atualização da teoria. É indelével o fato de que a AD deriva uma de suas vertentes fundadoras dos trabalhos de Michel Pêcheux e de seus colaboradores que a estruturaram segundo três campos do saber: o materialismo histórico-dialético, a linguística e a psicanálise. Todavia, hoje, dados os estereótipos instalados tanto no senso comum quanto na academia, há o apagamento desses campos na AD e na TC; ou mesmo o próprio apagamento dessas áreas.

Quando, no emprego da AD e da TC, não se diz das *lutas de classes* ou de noções similares comete-se um grave equívoco quanto às profundas desigualdades advindas das condições históricas e econômicas existentes em uma sociedade como a brasileira e, portanto, apaga-se o que é urgente combater. No limite, “*La división de la sociedad en masas y minorías excelentes no es, por tanto, una división en clases sociales, sino en clases de hombres, y no puede coincidir con la jerarquización en clases superiores e inferiores*” (ORTEGA Y GASSET, 2014, p. 78)⁸. Há aqueles que acreditam na superação das *lutas de classes*; gostaríamos também de poder usufruir dessa mesma cegueira ideológica e viver no “melhor dos mundos possíveis” como fazia o mestre Pangloss (*Cândido ou o otimismo* [VOLTAIRE, 2012]). Longe dele, ao percebermos que as configurações modernas dos Aparelhos Ideológicos do Estado estabilizaram uma forma reprimida da expressão das lutas de classes, vimos que essas se materializam nos variados usos da língua. Essa se reflete em uma organização paradigmática e sintagmática do inconsciente. Em vista disso, pode-se admitir o reconhecimento de três grandes determinações que não se excluem, mas, ao contrário, funcionam simultaneamente: o social, a língua e o inconsciente.

Por existirem teorias próprias para investigar cada uma dessas determinações do sujeito, a AD e a TC lhes articula, de maneira significativa e contundente, para demonstrar e, conseqüentemente, criticar em bases sólidas os Aparelhos Ideológicos de Estado. Podendo ser percebida como o quarto poder, a grande mídia, através do entretenimento e da informação, manipula uma parcela expressiva dos efeitos de sentido circulantes na sociedade, superando, em alguma medida, os tradicionais Aparelhos Ideológicos de Estado considerados por Althusser (1992). Assim, analisar discursos gestados no interior da mídia sem a compreensão de que sua permeabilidade assente o entrelaçamento com os Aparelhos Ideológicos pode gerar um desliz: presumir que como é continuará a ser.

Não sem razão TC e AD nos levam para o caminho da observação, da análise e da crítica, desaguando em certas constatações não tão recentes, mas difíceis de serem refutadas. “Na religião, o ser humano é dominado por criações de seu próprio cérebro; analogamente, na produção capitalista, ele é subjugado pelos produtos de suas próprias mãos” (cf. MARX, 2013, vol. 2, p. 732), como também pelos de suas próprias vozes. Ora, “Tudo o que é sólido e estável se volatiliza, tudo o que é sagrado é profanado, e os homens são

⁸ Em tradução livre: “A divisão da sociedade em massas e em minorias excelentes não é, portanto, uma divisão em classes sociais, mas em grupos de homens, e não pode coincidir com a hierarquia de classes superiores e inferiores”.

finalmente obrigados a encarar com sobriedade e sem ilusões sua posição na vida” (MARX; ENGELS, 1996, p. 69), assim se livrarão da imensa necessidade da AD e da TC, enquanto isso não ocorre ambas precisam se unir para cumprirem a contento seus respectivos papéis.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ALTHUSSER, A. **Aparelhos Ideológicos do Estado**: Notas sobre os Aparelhos Ideológicos de Estado. Trad. Walter José Evangelista e Maria Laura Viveiros de Castro 6. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

ANGENOT, M. **El discurso social**: Los límites históricos de lo pensable y lo dicible. Buenos Aires: Siglo Vientiuno Editores, 2012.

CHARAUDEAU, P. O discurso propagantista: uma tipologia. Trad. Emilia Mendes e Judite Ana Aiala de Mello. In: MACHADO, I. L.; MELLO R. (orgs). **Análises do discurso hoje**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; Lucerna, 2010. 3v.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. 2. ed. Trad. Ângela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2015.

FROMM, E. **Meu encontro com Marx e Freud**. Trad. Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1963.

FOUCAULT, M. **Arqueologia do saber**. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense universitária, 2013.

MARTINO, L. M. S. **Comunicação e identidade**: quem você pensa que é. São Paulo: Paulus, 2010.

MARX, K. **O Capital, crítica da economia política**: O processo de produção do Capital (vol. II). Trad. Reginaldo Sant’Anna. 26. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

MARX, K.; ENGELS, F. **Manifesto do Partido Comunista**. 6. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

MERTON, R. K.; LAZARFELD, P. F. Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. Trad. Carmen Dora Guimarães. In: COSTA LIMA, L. (org.) **Teoria da cultura de massa**. 8ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

MININNI, G. **Psicologia cultural da mídia**. Trad. Mario Bresighello. São Paulo: A Girafa Editora: Edições SESC SP, 2008.

ORTEGA Y GASSET, J. **En tiempos de la sociedad de masas**. Buenos Aires: Taurus Great Ideas, 2014.

PÊCHEUX, M. [1969]. Análise automática do discurso. *In*: GADET, F.; HAK, T. (orgs.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Trad. Bethania S. Mariani [*et. al.*]. 4. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010.

PÊCHEUX, M. Língua, “linguagens”, discurso. Trad. Freda Indursky. *In*: PÊCHEUX, M. **Análise de Discurso**. 3. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012a.

PÊCHEUX, M. Foi “propaganda” mesmo que você disse? Trad. Eni Orlandi. *In*: ORLANDI, E. (org.). **Análise de Discurso**: Michel Pêcheux. 3. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012b.

PLATÃO, F. S.; FIORIN, J. L. **Para entender o texto**: leitura e redação. 7. ed. São Paulo: Editora Ática, 1993.

SOARES, Thiago Barbosa. **Discursos do sucesso**: a produção de sujeitos e sentidos do sucesso no Brasil contemporâneo. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2017.

SOARES, Thiago Barbosa. Teoria Crítica e Análise do Discurso: a mídia como objeto comum; Universidade Federal do Tocantins, Estudos da Linguagem; **Revista Porto das Letras**, v. 05, n. 01, Porto Nacional –TO, 2019. p. 28-31.

SOARES, Thiago Barbosa. **Concisa apresentação da linguística**: um panorama da gramática comparada à pragmática. São Paulo: Pimenta Cultural, 2020.

SOUZA, J. **A tolice da inteligência brasileira**: ou como o país se deixa manipular pela elite. São Paulo: LeYa, 2015.

SAUSSURE, F. **Curso de linguística geral**. Trad. Antônio Chelini, José Paulo Paes e Izidoro Blikstein. 4. ed. São Paulo: Cultrix, 1972.

VOLTAIRE. **Cândido ou o otimismo**. Trad. Michael Wood. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2012.

WAJCMAN, G. **Voix suivi de chut!** Paris: Nous, 2012.

A DIAMETRALIDADE DISCURSIVA DO ENUNCIADO “OPOSTO”: O CONTRASTE NO DISCURSO DO SUCESSO⁹

Thiago Barbosa Soares
Universidade Federal do Tocantins

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Neste artigo, temos por objetivo descrever e interpretar a possibilidade do enunciado diametralmente oposto ao produzido no interior do discurso do sucesso ser um catalizador de sentidos passíveis de compor o instrumental analítico desse discurso. Compreendemos por diametralidade do enunciado sua negatividade marcadamente linguística que lhe torna diametral a sua positividade. Nesse jogo de relações de sentido parece haver um contraste do que se diz sobre quem faz sucesso na mídia com o que poderia ser dito, bem como o que se diz nos chamativos títulos de obras da literatura de autoajuda (SOARES, 2018a, p. 169), isto é, a tensão entre a positividade do enunciado e sua negatividade pode ser capaz de revelar um pouco mais do funcionamento do discurso do sucesso.

Por se tratar de um artigo em tom de ensaio, não seguiremos com tanta rigidez a ortodoxia acadêmica no que diz respeito à preocupação epistemológica no que concerne à formalização do uso explícito de uma teoria. Justamente por isso, é necessário que, caso entenda-se algo por incoerência, seja lembrado o que Nietzsche (1992, p. 28) disse: “Mas essas “leis da natureza”, de que vocês, físicos, falam tão orgulhosamente, como se – existem apenas graças à sua interpretação e péssima “filologia” – não são uma realidade de fato, um texto” (aspas do autor).

Também, de saída, lembramos que, por conta de nosso alvo de investigação, miramos a língua como a principal responsável por interpretar todos os elementos existentes no mundo externo e interno ao homem, pois, como a bem descreve Benveniste, ela é como o sistema “interpretante de todos os outros sistemas, linguísticos e não-linguísticos” (BENVENISTE, [1969] 2006, p. 61). Isto é, “Sem a língua não teríamos condições de interpretar o que quer que fosse. Por isso, o discurso e suas forças antagônicas são analisados por meio da língua” (SOARES, 2019a, p. 26).

⁹ Artigo derivado do projeto de pesquisa intitulado “O sucesso midiático como ponte para o sucesso político” sob o número de registro 3536 junto à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação da UFT.

Posto isso, este texto não visa uma compreensão teórica *stricto sensu* acerca da diametralidade do enunciado, mas, antes, uma tentativa de observação conceitual relativamente flexível num ponto que toca à heterogeneidade constitutiva da linguagem (AUTHIER-REVUZ, 1990), em filigrana, o enunciado linguístico diametralmente oposto ao produzido no interior de um dado discurso. A partir dessa consideração, temos condições para observar a relação que a diametralidade discursiva mantém com a memória do discurso, noutras palavras, compreender qual a relevância do enunciado linguístico diametralmente oposto para a formação discursiva a que pertence um ou outro enunciado.

Em face disso, relacionaremos os eixos intradiscursivo e interdiscursivo (COURTINE, 2009), de forma que seja possível perceber o que está subjacente no intradiscurso e que tenha no interdiscurso mantido seu correlato de longo prazo histórico. Para, além disso, “é premente que não reste dúvidas quanto às condições de produção intrínsecas ao enunciar, isto é, entender que mais do que enunciar algo, é sobrepor alguma coisa pela linguagem” (SOARES, 2022, p. 66). Em outras palavras, o enunciado linguístico possui características que remetem, nessa visão, necessariamente ao seu funcionamento que, por seu turno, desnuda a justaposição do real criado conscientemente e expresso pela língua; todavia, o real em sentido lacaniano é aquilo que se acerta bruscamente, ou nas palavras de Pêcheux (1997 [1983], p. 29) “Não descobrimos, pois, o real: a gente se depara com ele, dá de encontro com ele, o encontra”.

Imbuídos dessas contribuições e do melhor espírito investigativo, analisaremos enunciados oriundos do discurso midiático e da literatura de autoajuda com relação ao sucesso (SOARES, 2018a) e qual a implicação desse na formação dos sentidos e sujeito no interior do corpo social, considerando, entre outras coisas, o enunciado diametralmente oposto. Para tanto, alguns enunciados linguísticos em circulação na mídia serão utilizados, como, por exemplo, formulações da revista *Caras* (edição 1013 a 1019) e em três títulos de livros de literatura de autoajuda, a saber: “O Sucesso Está no Equilíbrio (WONG, 2006)”, “O Sucesso Passo a Passo (GEHRINGER, 2010)” e “O Sucesso de Amanhã Começa Hoje (MAXWELL, 2011)”.

Por termos em vista o que foi dito, por enveredarmos pela seara do uso da língua em seus efeitos sociais e por adotarmos os pressupostos da Análise do Discurso, não olvidamos o que afirmou Pêcheux (2011 [1984], p. 228) acerca da relação entre sua própria pesquisa e a perspectiva arqueológica de Foucault, ao contrário, tomamos como um norte para o desenvolvimento deste estudo:

(...) a AD especifica-se por sua relação com a língua. (AD) partilha, enfim, com a *perspectiva arqueológica foucaultiana* o cuidado de considerar as condições históricas de existência dos discursos na sua heterogeneidade, mas ela visa a reintroduzir explicitamente no campo a problemática da língua (PÊCHEUX, 2011 [1984], p. 228, grifos do autor).

É a partir dessa perspectiva que voltamos para a compreensão da diametralidade do enunciado em sua negatividade marcadamente linguística funcionando no espaço do discurso do sucesso e quais operações discursivas são possíveis por meio de sua entrada na materialidade da língua. Para tanto, este artigo organiza-se da seguinte forma: num primeiro momento, apresentamos uma discussão conceitual teórica sobre a discursivização da negação. Num segundo momento, empreendemos um gesto de leitura sobre o sucesso e seu enunciado negativo em formulações da revista *Caras* (edição 1013 a 1019) e em três títulos de livros de literatura de autoajuda, a saber: “O Sucesso Está no Equilíbrio (WONG, 2006)”, “O Sucesso Passo a Passo (GEHRINGER, 2010)” e “O Sucesso de Amanhã Começa Hoje (MAXWELL, 2011)”. Por fim, nas considerações finais, apreciamos, avaliamos e pesamos a trajetória aqui percorrida.

A DISCURSIVIZAÇÃO DA NEGAÇÃO: DISCUSSÃO CONCEITUAL TEÓRICA

Conforme nosso intuito de analisar os sentidos e sujeitos do sucesso na sociedade, considerando, entre outras coisas, o enunciado diametralmente oposto nos discursos midiático e de autoajuda (SOARES, 2021), assim adotamos por pressuposto, a partir de Pêcheux (2009 [1975]; 2006 [1983]), Orlandi (1996; 2012), tratar-se o discurso de um efeito de sentidos entre interlocutores. Disso procede a compreensão da relação entre língua e ideologia, sendo “o discurso a materialidade específica da ideologia e a língua a materialidade específica do discurso, com a ressalva de que específico não significa exclusivo” (ORLANDI, 2012, p. 214), sendo que a língua e outras formas semiológicas surgem como condição do discurso e o processo dessas naturezas é o que define o procedimento discursivo (ORLANDI, 1996). Essa noção de discurso se articula com o conceito de formação discursiva que Pêcheux (2009 [1975], p. 147) define:

[...] aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado de luta

de classes, determina *o que pode e deve ser dito* (articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa etc.). Isso equivale a afirmar que as palavras, expressões, proposições etc., recebem seu sentido da formação discursiva na qual são produzidas [...] as formações discursivas representam “na linguagem” as formações ideológicas que lhes são correspondentes (grifo do autor).

Desse modo, uma palavra adquire sentido conforme a formação discursiva e ideológica em que se inscreve, na medida em que para a Análise do Discurso todo discurso é produzido numa conjuntura histórica e social (SOARES, 2019b, p. 42). Por outro lado, num processo ideológico tácito, palavras, expressões diferentes podem encobrir o mesmo sentido num jogo estratégico de relações parafrásticas, determinando uma espécie de consenso apagador de diferenças que geralmente são conflituosas.

De modo correlato, se admite que as mesmas palavras, expressões e proposições mudam de sentido ao passar de uma formação discursiva a outra, é necessário também admitir que as palavras, expressões e proposições literalmente diferentes podem, no interior de uma formação discursiva dada, “ter o mesmo sentido”, o que representa, na verdade, a condição para que cada elemento (palavra, expressão ou proposição) seja dotado de sentido (PÊCHEUX, 2009 [1975], p. 148).

Assim, por formação discursiva entende-se um conjunto de representações que não são universais nem individuais, mas dizem respeito, direta ou indiretamente, às posições ideológicas, política, econômica de onde se fala ou escreve e tem relação com a memória discursiva em que “toda formulação apresenta em seu “domínio associado” outras formulações que ela repete, refuta, transforma, denega..., isto é, em relação às quais ela produz efeitos de memória específicos” (COURTINE, 2009 [1981], p. 104, grifo do autor). Nesse sentido, as concepções de interdiscurso, intradiscurso, pré-construído e enunciado se articulam por circularem no domínio da memória.

É a partir do domínio de memória que podemos apreender os funcionamentos discursivos de encaixe de pré-construído e de articulação de enunciados (no sentido dado a estes termos): isso equivale a dizer que o domínio de memória representa, num plano de organização de *corpus*

discursivo, o interdiscurso como *instância de constituição de um discurso trântverso* que regula para um sujeito enunciador, produzindo uma sdr em cp determinadas, o modo de doação dos objetos de que fala o discurso , assim como o modo de articulação desses objetos: é a partir do domínio de memória que poderá aproximar os processos que garantem a referência dos nomes por um sujeito enunciador e autorizam, assim, a predicação [...] (COURTINE, 2009 [1981], p. 112, grifo do autor).

Nesses termos, toda produção discursiva efetuada sob determinadas circunstâncias faz inevitavelmente circular formulações já enunciadas anteriormente. A memória atravessa os dizeres em sua própria constituição retomando simultaneamente funcionamento da língua e da sociedade, mas, de maneira específica, a regulação dos objetos discursivizados é arregimentada pela conjuntura e pelos responsáveis por sua enunciação. Dessa forma, todo discurso possui suas especificidades, como no caso do discurso de sucesso e enunciado de sucesso em que Payer (2005, p. 18) os compreende:

O enunciado de sucesso se imprime através de inúmeros textos, e circula de muitos modos, mas sobretudo através da Mídia. Pode-se notar que há um certo “discurso do sucesso” funcionando atualmente em grande escala. São incontáveis os títulos que pretendem ensinar ao sujeito-leitor como “ter sucesso”: sucesso nas empresas (lucro), sucesso profissional (...) sucesso na imagem pública, como imagem de mídia (grifo da autora).

A partir dessa perspectiva, a mídia é compreendida como principal veículo do discurso de sucesso, na medida em que “[...] o sujeito se espelha na mídia visualizando outras imagens em si, que passa a perseguir(-las) como ideais [...]” (PAYER, 2005, p. 21). Portanto, “Não é possível mirar o sucesso como quem olha uma foto. Não se pode depreendê-lo de um golpe só” (SOARES, 2020a, p. 45). Pois, o sucesso, como praticamente todas as construções discursivas, reflete os movimentos existentes no interior do circuito social, de maneira que “Ele não é estático, mas dinâmico, sobretudo, se o considerarmos como uma configuração atual de dizeres cujos efeitos impactam direta e indiretamente nas relações econômicas e afetivas dos sujeitos” (SOARES, 2020a, p. 45).

No que tange à relação do sujeito ao sentido, consideramos para esta investigação o importante subsídio de Orlandi (2012, p. 88) ao afiançar: “(...)

sujeito e sentido se constituem ao mesmo tempo, estando os processos de identificação na base do fato de que identidade é um movimento na história”. Noutras palavras, para que haja uma apreensão dos efeitos de sentido que o discurso de sucesso produz na sociedade é necessário entendermos que sentido e sujeito não estão separados, por conseguinte a observação de um implica efetivamente a do outro. Ainda mais significativo é tal percepção quando se trata da materialização de sentidos e sujeitos em enunciados disseminados no interior do discurso do sucesso (SOARES, 2020a).

Ao observarmos o funcionamento do discurso do sucesso em uma de suas bases semióticas, a língua, cabe algumas ressalvas teóricas no que concerne a diametralidade, “porquanto essa não é um conceito ‘formado’, merecendo explicações, então, acerca de sua provável constituição antes de ser posta à prova em aplicações e em análises, como faremos mais adiante” (SOARES, 2022, p. 71, aspas do autor). Para tanto, alguns autores que tocaram o diametralmente oposto no discurso em sua versão de negatividade do enunciado precisam ser observados, como Freud, Lacan e Authier-Revuz, levando, sobretudo, em consideração a recomendação que diz: “*Pero el conocimiento de las limitaciones de un discurso forma parte de la crítica de ese discurso; pues es la contrapartida de la justificación de ese mismo discurso en el interior de la circunscripción que revela la limitación*” (RICOER, 1988, p. 27)¹⁰. Assim, os limites que fazem funcionar as tensões no interior do discurso parecem também funcionar no circuito social.

“As estruturas sociais e as estruturas psíquicas estão intimamente relacionadas, ensejando um exame dos componentes da coletividade e seus efeitos na conformação do inconsciente dos sujeitos” (SOARES, 2019a, p. 24). Posto isso, Freud em um ensaio, de 1925, intitulado *Die Verneinung*, trata da questão da negativa e suas possibilidades de interpretação. Nesse sentido, Freud (2006, p. 266) assevera que “Negar algo em um julgamento é, no fundo dizer: isto é algo que eu preferia reprimir”, e ainda “(...) descobrimos um não no inconsciente e que o reconhecimento do inconsciente por parte do ego se exprimi numa fórmula negativa” (FREUD, 2006, p. 269). Desse modo, a negação linguística constituiria uma “amostra” de uma negativa de *catexia*¹¹, ou seja, é um caminho para o reprimido e, por conseguinte, participa da repressão.

¹⁰ Tradução nossa: “Mas o conhecimento das limitações de um discurso faz parte da crítica desse discurso; visto que é a contrapartida da justificação daquele mesmo discurso dentro da circunscrição que revela a limitação”.

¹¹ Investimento libidinal, isto é, a energia psíquica envolvida nos processos de constituição do sujeito.

A explicação metapsicológica¹² de Freud sobre a constituição da negativa pode ser mais bem compreendida do seguinte modo:

- 1) A negação é um meio de tomar consciência do recalçado;
- 2) O que é suprimido é apenas uma das consequências do processo de recalçamento, isto é, o fato de o conteúdo representativo não atingir a consciência. Daí resulta uma espécie de admissão intelectual do recalçamento;
- 3) Por meio do símbolo da negação, o pensamento liberta-se das limitações do recalçamento (LAPLANCHE; PONTALIS, 1983, p. 375).

Na esteira de Freud, Lacan amplia a concepção de negação, formulando a forclusão:

Conceito forjado por Jacques Lacan para designar um mecanismo específico da psicose, através do qual se produz a rejeição de um significante fundamental para fora do universo simbólico do sujeito. Quando essa rejeição se produz o significante é foracluído (ROUDINESCO; PLON, 1998, p. 245).

Assim, para Lacan a forclusão seria um sintoma da psicose, de forma que essa se manifeste em relativa disjunção com o mundo em que parte da realidade empírica é negada por mecanismos de funcionamento inconsciente. Portanto, nesse sentido, é possível afirmar que a formulação da língua (como um interpretante máximo) é ultrapassada e extrapolada de sua constituição linguística que não se restringe às sentenças negativas, mas que a ela está funcionalmente vinculada. Dessa forma, como ressalta Soares (2022, p. 72) “Negar a realidade compartilhada é uma das formas de negação, bem como o é a negação linguística”.

Outra autora que toca a questão da negação é Authier-Revuz (2001) em que trata, na esteira da psicanálise freudo-lacaniana, como denegação, isto é, a negação como marca capaz de localizar o outro na produção enunciativa. Noutras palavras, Authier-Revuz (1998) reconhece uma heterogeneidade constitutiva da própria língua, que por sua vez, é denegada por uma heterogeneidade mostrada. Nesse norte, o sujeito está irremediavelmente

¹² Metapsicologia é uma teoria desenvolvida por Freud que se pretende científica por descrever a organização e o funcionamento do psiquismo através de sistemas, como o sistema consciente, pré-consciente e inconsciente, cada um operando conforme uma dinâmica interna em correlação aos demais.

sempre no domínio da heterogeneidade, quer mostrada, quer constitutiva. A heterogeneidade, desse ponto de vista, pode ser entendida como integrante formal das produções de sentido, de maneira que a representação discursivizada do sujeito também seja constantemente modulada por esta característica da linguagem. Portanto, apontar para o sentido, requer uma compreensão do domínio não homogêneo do sujeito e das forças que atuam em sua formatação.

Nessa configuração, a contribuição é a de Foucault (1995) ao abordar a questão do sujeito, pois para ele “não é o poder, mas o sujeito, que constitui o tema geral de minha pesquisa” (FOUCAULT, 1995, p. 232). Foucault afiança que é a objetivação que transforma os seres em sujeitos e elenca para o seu estudo três formas de objetivação: pela língua, pela economia e pela biologia. Além disso, para o mesmo autor, “o sujeito é dividido no seu interior e em relação aos outros” (FOUCAULT, 1995, p. 231). Portanto, a entrada do sujeito no âmbito social é mais do que sua objetivação, outrossim, é sua própria subjetivação, na medida que subjetivação e objetivação caminham lado-a-lado. O subsídio de Foucault soma-se ao dos demais autores que trouxemos mais acima. Esses e seus conceitos, como vimos, apresentam as veredas necessárias para empregarmos a análise do enunciado diametralmente oposto ao produzido no interior do discurso de sucesso e, conseqüentemente, para o desenvolvimento da investigação aqui proposta, uma vez que os retomamos pela necessidade teórica e discursiva para marcarmos o diferencial epistemológico de certas concepções que figuram no horizonte deste artigo. Em outros termos, fizemos um levantamento relativamente breve do que é imprescindível para levarmos a cabo o gesto de leitura a seguir.

O SUCESSO E SEU ENUNCIADO NEGATIVO: GESTO DE LEITURA

A partir da definição de enunciado de Courtine (2009 [1981]) serão desenvolvidas análises de enunciados que são de uso corrente na mídia para que assim possamos compreender como surge e o funcionamento do sujeito de “sucesso”, considerando, posteriormente, entre outras coisas, o enunciado diametralmente oposto ao produzido nos recortes. Estas análises são orientadas pelos procedimentos da Análise do Discurso. Vejamos alguns enunciados abaixo, recortados da revista “CARAS” da edição 1013 a 1019.

Rodrigo Faro abre sua casa e apresenta a caçula Helena¹³.

Michel Telô fez o mundo inteiro cantar em português¹⁴.

Adriane Galisteu se emociona com festa surpresa pelos seus 40 anos¹⁵.

Marcio Garcia lança ‘Angie’ no castelo de caras¹⁶.

Tom Cruise realiza *première* no Rio de Janeiro¹⁷.

Tais enunciados estão dispostos de forma a facilitar a compreensão de suas formulações, ou seja, o intradiscurso – eixo horizontal – que por sua vez, faz remissão a um interdiscurso – eixo vertical – (COURTINE, 2009 [1981]). Ambos de nosso interesse, todavia nos manteremos com o foco nas formulações, primeiramente nos enunciados de base afirmativa e, posteriormente, analisaremos a diametralidade oposta desses. Portanto, mais do que perceber a relação de vinculação entre os dois eixos, objetivamos compreender o funcionamento discursivo do enunciado diametralmente oposto como uma possibilidade de averiguar sentidos e sujeitos presentes ou apagados na tensão entre positividade e negatividade no interior do discurso do sucesso.

Assim, ao analisar brevemente os enunciados acima, podemos perceber uma estrutura linguística “pronta”, em que se repete o mesmo tipo de sujeito sintático, para relatar sobre pessoas (sujeitos) que supostamente são conhecidas por todos. Trata-se, em tese, de um lugar sintático preenchido, a cada enunciado, por um “sujeito de sucesso”. Há na (re)produção dessas sequências enunciativas o funcionamento/manutenção da memória coletiva, o que corrobora a existência de um “lugar” na estrutura sintática para o sujeito de sucesso, que por sua vez, é percebido através da ausência de elementos linguísticos, como por exemplo, o artigo, ou mesmo quaisquer outros caracterizadores de lugar de origem, profissão, idade, grau de instrução e etc., quer dizer, somente o *nome* já é o bastante, pelo fato do mesmo estar ocupando o “lugar” do sujeito de sucesso.

Quem são os sujeitos dos quais se fala? O que fazem? Qual lugar ocupam na/para mídia? Tais questões são aparentemente fáceis de serem respondidas. Simplesmente são ídolos, logo ocupam o lugar de ícones para a sociedade. Como já dito, para abordar esse tipo de sujeito, isto é, o sujeito de sucesso, existe um “lugar sintático” nas sequências discursivas. Assim, vemos pelo fato

¹³ (CARAS, 09/05/2013, ed. 1018, ano. 19).

¹⁴ (CARAS, 02/05/2013, ed. 1017, ano. 19).

¹⁵ (CARAS, 25/04/2013, ed. 1016, ano. 19).

¹⁶ (CARAS, 18/04/2013, ed. 1015, ano. 19).

¹⁷ (CARAS, 04/04/2013, ed. 1013, ano. 19).

de não ser explicitado algo a respeito de tais ídolos. Esse fato aponta uma memória social que não é senão discursiva, que reata os repetires dos dizeres em seus sentidos de incompletude que todos enunciados possuem. Nesse âmbito, temos a incompletude como uma propriedade pela qual sujeito e sentido estão em movimento (ORLANDI, 2012).

Podemos perceber que todos, melhor dizendo, qualquer pessoa pode participar das ações e estados apresentados nos sintagmas verbais acima, mas pela ideologia do “sucesso”, o que o sujeito médio pretende atualmente é o lugar de evidência máximo. Todas as personalidades referidas nos recortes compartilham do prestígio midiático (e, conseqüentemente, das pessoas comuns).

Em conformidade com o que foi dito, os títulos de livros abaixo fornecem indícios para compreendermos o fenômeno do discurso de sucesso circulante na mídia como outra discursividade, noutras palavras, não se trata mais de sujeitos que ocupam determinada posição privilegiada no sintagma nominal mesmo em repetições parafrásticas, trata-se de dizer sobre o sucesso, ou seja, apontar e descrever o sucesso, sobretudo, como se chega até ele. Vejamos:

“**O Sucesso** Está no Equilíbrio (WONG, 2006)”.

“**O Sucesso** Passo a Passo (GEHRINGER, 2010)”.

“**O Sucesso** de Amanhã Começa Hoje (MAXWELL, 2011)”.

Esses títulos são ilustradores quanto à questão da emergência massiva do sucesso na sociedade brasileira contemporânea como uma busca, na medida em que representam uma demanda de conhecimento de como se chega ao sucesso, melhor dizendo, os livros que trazem os títulos supracitados não são senão tutoriais para se conhecer o “caminho” até o sucesso. Assim, é importante para a sociedade saber que o sucesso está em algum “lugar”, que há sucesso “passo a passo”, que o sucesso de “hoje” é o de “amanhã”, pois como uma pessoa comum chegaria ao sucesso caso não soubesse como e por quais vias alcançá-lo, daí a função dos “manuais” de ascensão ao sucesso.

Além disso, a constituição sintática desses títulos possui, não sem razão, certas especificidades, como o núcleo do sintagma nominal ser “sucesso”, que por sua vez, faz com que os outros termos girem ao seu redor e, ainda, o fato desse núcleo possuir um especificador, ou seja, o artigo definido masculino “o”, cujo efeito não é outro senão o de (re)conhecimento do sucesso por qualquer um que trave contato com tais títulos. Nesse sentido, o sucesso não é somente conhecido como também procurado há algum tempo como as datas dos títulos podem demonstrar, o que corrobora a ideia de o discurso de

sucesso não ser tão hodierna, porquanto o sucesso não é apenas um dizer, é um fazer histórico determinado por uma conjuntura dada, noutras palavras, é ser sujeito de sucesso ou estar fadado a sua constante busca.

Haja vista o que foi dito até agora, não é difícil perceber que há algo da ordem do repetível, da lembrança e do esquecimento que não cessa de se fazer presente nos enunciados aqui vistos, sendo via conceitos operacionais da Análise do Discurso de linha francesa que investigamos essa memória do enunciado presente na ideologia de sucesso que gira no seio social por diversas funções, haja vista que a ideologia não é “X”, mas os mecanismos de produzir “X” (ORLANDI, 2008). Do dizer e do fazer emergem os sentidos e os sujeitos que partilham o funcionamento de uma determinada ideologia, operando ferramentas capazes de disseminar efeitos que se materializam em enunciados que, por sua vez, compõem uma ou outra formação discursiva.

Sob o prisma do enunciado linguístico diametralmente oposto no interior do discurso de sucesso, a partir deste ponto palmilharemos, porquanto sem esse caminho percorrido até aqui seria relativamente difícil fazer novas relações das quais a diametralidade oposta e os efeitos de sentido do discurso de sucesso estão envolvidos. Portanto, continuaremos com os enunciados recortados da revista “CARAS” da edição 1013 a 1019 e com os três títulos de livros, “O Sucesso Está no Equilíbrio (WONG, 2006)”, “O Sucesso Passo a Passo (GEHRINGER, 2010)” e “O Sucesso de Amanhã Começa Hoje (MAXWELL, 2011)”, para, assim, distinguir como funciona o enunciado diametralmente oposto tanto no meio de disseminação midiática quanto na literatura de autoajuda. Os sujeitos e sentidos são aproximados e, ao mesmo tempo, diferenciados no sentido de que cada um desses âmbitos, mídia e autoajuda, remetem a um desempenho particular da ação do discurso de sucesso.

Nessa toada, os seguintes enunciados não possuem um diametralmente oposto cujo sentido poderia ser tratado pela mídia:

Rodrigo Faro abre sua casa e apresenta a caçula Helena¹⁸.

Marcio Garcia lança ‘Angie’ no castelo de caras¹⁹.

Tom Cruise realiza première no Rio de Janeiro²⁰.

Uma primeira constatação perfunctória volta-se para a formulação dos enunciados que se estende a outros tantos no espaço midiático, a saber,

¹⁸ (CARAS, 09/05/2013, ed. 1018, ano. 19).

¹⁹ (CARAS, 18/04/2013, ed. 1015, ano. 19).

²⁰ (CARAS, 04/04/2013, ed. 1013, ano. 19).

a positividade que extrapola a realização de ações em sentenças declarativas, mas diz respeito ao caráter de visibilidade que todos enunciados trazem aos sujeitos de sucesso. Desse modo, parece existir importância para as atividades expressas nos enunciados e mais ainda em quem as pratica. Portanto, parece não haver motivos suficientes para trazer a público atitudes, comportamentos e condutas que as celebridades não fazem na medida em que isso não parece ser relevante e traria a essas justamente a negatividade sempre apagada no discurso de sucesso midiático, pois não se tem ou é muito raro o tipo de enunciado a seguir:

“**Rodrigo Faro** não abre sua casa e apresenta a caçula Helena”.

“**Marcio Garcia** não lança ‘Angie’ no castelo de caras”.

“**Tom Cruise** não realiza *première* no Rio de Janeiro”.

“Toda ideologia interpela os indivíduos concretos enquanto sujeitos concretos, através do funcionamento da categoria de sujeito” (ALTHUSSER, 1992, p. 96). Ora, “A ideologia tem suas raízes profundas no inconsciente, agindo, muitas vezes, sorrateiramente na elaboração dos sujeitos “bons” por isso quem não lhe reconhece e lhe é contrário chama-se sujeito “mau” ou subversivo” (SOARES, 2019, p. 33, aspas do autor). Assim, a negativa caracteriza mais do que um não fazer quando se trata de um sujeito de sucesso, porquanto conecta ao sujeito a negatividade presente no interior de um discurso que visa à evidência social e, logo, a própria positividade discursiva materializada em práticas e enunciados em circulação no espaço midiático.

Com isso dito, podemos compreender, ainda que inicialmente, que determinados enunciados que discorrem sobre sujeitos de sucesso não possuem um outro enunciado diametralmente oposto, porquanto não produzem “ecos” em suas diametralidades, e ainda, não abarcam outra formação discursiva em seus enunciados linguísticos diametralmente opostos. Dito de outra forma, quando o enunciado é individualizado, como é o caso, uma de suas funcionalidades, em tese, é de apresentar o sucesso materializado em pessoas mais do que bem-sucedidas (PAYER, 2005), ou seja, o “lugar” do sujeito de sucesso que se identifica consigo mesmo em declarações positivas, não negativas.

Diante disto, podemos ainda aventar que enunciados linguísticos diametralmente opostos dos enunciados que tratam de sujeitos de sucesso seriam, na pior das hipóteses, o tipo de enunciado cuja identificação de pessoas comuns ocorriam, pois elas sim não podem fazer tais coisas como se fossem eventos fantásticos que marcam época. Em outros termos, qualquer pessoa

pode ocupar (e ocupa) a posição sujeito dos enunciados diametralmente opostos proporcionais aos retirados da revista *Caras*. Com efeito, a mídia faz uso expressivo desse recurso não só para vender produtos, comportamentos, mas para fazer manutenção do status desse tipo de sujeito, isto é, o sujeito de sucesso. Como podemos perceber, “A mídia conserva a hegemonia ideológica em suas práticas discursivas, de modo a perpetuar o edifício do sucesso e seus atributos, num apelo sutil a um item da sentença do imperador Vespasiano: “pão e circo para o povo”” (SOARES, 2019a, p. 33).

Nos enunciados retirados da revista *Caras*, o sucesso funciona por meio da performance de sujeitos que são “conhecidos” e ganham destaque por suas ações expressas. Desse ponto de vista, podemos observar os títulos de livros citados acima pelo viés da diametralidade, ou seja, entender os efeitos de sentido dos enunciados diametralmente opostos em enunciados não individualizados. Em outros termos, quais características possuem enunciados nos quais não se trata de alguém em específico, e conseqüentemente, são enunciados voltados para a coletividade, ou melhor, para qualquer um. Ante essa indagação inicial, vejamos os seguintes enunciados retirados de títulos de livros da literatura de autoajuda:

“**O Sucesso** Está no Equilíbrio”. “**O Sucesso** não Está no Equilíbrio”.

“**O Sucesso** Passo a Passo”. “**O Sucesso** não é Passo a Passo”.

“**O Sucesso** de Amanhã Começa Hoje”. “**O Sucesso** de Amanhã não Começa Hoje”.

Os enunciados acima estão pares com seus respectivos diametralmente opostos para facilitar nosso gesto de análise. Os títulos de livros mostram caminhos específicos para se chegar ao sucesso, em outras palavras, tem-se uma forma de entrada do indivíduo no âmbito social pelo sucesso, isto é, numa palavra, a objetivação na concepção que Foucault (1995) dá a esse conceito por colidir com o funcionamento da língua, da economia e do fator biológico ao funcionamento do social do sujeito. Haja vista o discurso ser fundamentalmente estrutura e acontecimento (PÊCHEUX, 1997 [1983]) e ser, por isso, o modo por meio do qual os sujeitos e os sentidos ganham densidade existencial, a objetivação do sucesso nesses enunciados refere-se ao sucesso ser marcado por uma positividade passível de ser adquirida por todos em um trajeto tematizado pelo próprio sucesso.

Todavia, as formulações diametralmente opostas neste caso indicam uma formação discursiva divergente, ou seja, não apontam para o sucesso,

sim para o insucesso, já que o sucesso não está no equilíbrio, quer dizer, o insucesso está. O sucesso não é passo a passo, pois é o insucesso que é passo a passo. Portanto, o sucesso de amanhã não começa hoje, mas o que começa hoje é o insucesso. A perspectiva passa a ser outra quando se pensa no enunciado diametralmente oposto, porquanto o caminho do insucesso é apontado justamente como outra entrada do sujeito no âmbito social, ou seja, outra objetivação que, por sua vez, apresenta a própria contradição ideológica cuja resistência, nesse caso, seria observada na oposição do discurso de sucesso difundido por enunciados linguísticos diametralmente opostos. Em um sentido, a objetivação, cujo escopo determinados enunciados possuem ao serem difundidos, é efetivamente outra da qual a diametralidade pode revelar algo como, por exemplo, o lugar ou posição em que se encontram os sujeitos bem-sucedidos, de sucesso (PAYER, 2005; SOARES, 2020a), ou mesmo os comuns.

Disso resulta que no interior de um discurso pode haver mais de uma formação discursiva como aventara Courtine (2009 [1981]), contudo, não tão nitidamente, pois os enunciados constantemente passam por reformulações de cunho parafrástico. “O sentido da palavra “comunismo” em uma dada formação discursiva progressista é positivo porque se contrapõem ao sentido de capitalista” (SOARES, 2020b, p. 46) existente em outra formação discursiva contraditória. No entanto, quando se trata do enunciado diametralmente oposto não existe aí uma paráfrase, embora seja, entre tantas coisas, como vimos, uma reformulação em nível intradiscursivo. No essencial, podemos fazer alguma aproximação do enunciado dividido (COURTINE, 2009 [1981]) com o enunciado diametralmente oposto, na medida em que o último fizer referência a uma formação discursiva diferente daquela enunciada, dessa forma, dizendo mais ainda sobre os efeitos de sentido de um enunciado, por extensão da formação ideológica em que se inscreve.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo oriundo de investigações que orientaram o estudo da construção do enunciado diametralmente oposto no interior da constituição dos sentidos e sujeitos de sucesso, contudo, não levamos às últimas consequências a proposta do enunciado diametralmente oposto e sua propositura conceitual-metodológica, antes, apresentamos mais um viés de aplicação para análise de enunciados linguísticos que tem como cerne a descrição e interpretação de sentidos e seus efeitos, como é o caso da Análise do Discurso de linha francesa. Tratamos da relação não apenas semântica, mas discursiva da construção do

enunciado linguístico frente à tensão existente entre os polos da positividade e da negatividade que, no discurso do sucesso da mídia e na literatura de autoajuda, refere-se a uma configuração de valores sempre sugestivos de alguma atividade socialmente relevante.

Passamos por alguns autores como forma de a eles nos filiar a suas ideias e, por conseguinte, diferenciarmos de outros. Muito embora haja aproximações feitas ao longo do percurso desta investigação que não são tão usuais e mesmo até inconsequentes, fato que não menospreza nenhuma teoria, mas ao contrário, marca posicionamentos teóricos distintos e, mais do que isso, formas complementares de proceder ao método interpretativo tão importante às Ciências Humanas. Esperamos, por meio de nosso empreendimento teórico-prático ter conseguido expor um gesto de leitura do funcionamento do enunciado diametralmente oposto a partir da análise do discurso de sucesso por meio de enunciados que exercem o papel de disseminadores de sentidos e sujeitos numa perspectiva ligada diretamente ao sucesso tanto na mídia quanto na literatura de autoajuda, e, em equivalência, tecemos observações sobre o sucesso em enunciados diametralmente opostos, averiguando seus possíveis efeitos de sentido na formação discursiva do sucesso.

Vimos que a mídia, aqui representada pela revista *Caras*, apresenta o que suas celebridades fazem, desde atos mais triviais de frequentar castelos até as atividades mais distintas de receber visitas na própria casa. A visibilidade dos sujeitos de sucesso está intimamente ligada à constituição da positividade dos enunciados, pois a falta dessa evidência midiática pode causar o desaparecimento do sucesso, uma vez que dependendo das condições específicas de produção “o X produzido, pode por diversas razões, ser interpretado como Y” (SOARES, 2018b, p. 116). Quanto à literatura de autoajuda, aqui representada pelos títulos “O Sucesso Está no Equilíbrio (WONG, 2006)”, “O Sucesso Passo a Passo (GEHRINGER, 2010)” e “O Sucesso de Amanhã Começa Hoje (MAXWELL, 2011)”, volta-se para a expressão das sendas para o sucesso como sua positividade necessário, ao passo que o enunciado diametralmente oposto demonstrou o quanto as condições de produção desses enunciados são efetivamente parte integrante da negatividade apagada no processo de discursivização de sentidos e sujeitos de sucesso na literatura de autoajuda.

Acerca do funcionamento do discurso do sucesso, em suas duas vertentes complementares, podemos afirmar que “O discurso do sucesso midiático e o discurso do sucesso da literatura de autoajuda trabalham na composição de, entre outras coisas, fomentadores da competição social” (SOARES, 2020a, p. 64). Essa constatação pode ser mais bem observada quando trazemos à luz o

enunciado diametralmente oposto daquele produzido no interior dos discursos do sucesso, pois fornece os mais sólidos indícios de que a materialidade ideológica do sucesso faz dizer “X” como uma positividade absoluta pertencente tanto aos sujeitos quanto aos sentidos que devem participar da discursividade do sucesso. Portanto, do ponto de vista discursivo, a diametralidade do enunciado não apenas tem potencial para flanquear entradas possíveis em textos, como também se mostrou produtiva na análise do funcionamento do insidioso discurso do sucesso.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, A. **Aparelhos Ideológicos do Estado**: Notas sobre os Aparelhos Ideológicos de Estado. Trad. Walter José Evangelista e Maria Laura Viveiros de Castro 6 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

AUTHIER-REVUZ, J. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). *In: Caderno de Estudos Linguísticos*. n. 19. Campinas: Unicamp/IEL, jul./dez., 1990, p. 25-42.

AUTHIER-REVUZ, J. **Palavras incertas**: as não coincidências do dizer. Trad. Cláudia Pfeiffer et. al. Campinas: Editora da Unicamp, 1998.

AUTHIER-REVUZ, J. Psychanalyse et champ linguistique de l'énonciation: parcours dans la meta-énonciation. *In: ARRIVÉ, M.; NORMAND, C. (orgs.). Linguistique et Psychanalyse*. Paris: Ed. In Press, coll. Explorations Psychanalytiques, 2001, p. 91-108.

BENVENISTE, E. Semiologia da língua. *In: Problemas de Linguística Geral*, vol. II. 2. ed. Campinas: Pontes, 2006, p. 43-67, 1969.

COURTINE, J. J. [1981]. **A análise do discurso político**: o discurso comunista endereçado aos cristãos. São Carlos, SP, EdUFSCAR, 2009.

FOUCAULT, M.O. O sujeito e o poder. *In: Rabinow, P. & Dreyfus, H. (Orgs.). Michel Foucault. Uma trajetória filosófica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

FREUD, S. A negativa. *In: Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud*. Trad. Jayme Salomão. Rio de Janeiro: Imago, 2006. Vol. XIX, p. 263-269.

GEHRINGER, M. **Sucesso passo a passo**. São Paulo: Globo, 2010.

LAPLANCHE, J.; PONTALIS, J-B. **Vocabulário da psicanálise**. Trad. Pedro Tamen. 7 Ed. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

MAXWELL, J. **O sucesso de amanhã começa hoje**. Trad. Omar de Souza. São Paulo: Mundo Cristão, 2005.

NIETZSCHE, F. **Além do bem e do mal**: prelúdio a uma filosofia do futuro. trad. Paulo César de Sousa. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

ORLANDI, E. **A linguagem e seu funcionamento**: as formas do discurso. Campinas, SP: Pontes, 1996.

ORLANDI, E. **Terra à vista** - Discurso do confronto: Velho e Novo Mundo. 2. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2008.

ORLANDI, E. **Discurso em Análise**: sujeito, sentido, ideologia. Campinas: Pontes, 2012.

PAYER, M. O. “Linguagem e sociedade contemporânea. Sujeito, mídia, mercado”. **Revista Rua**, n. 11. Labeurb/Nudecri/UNICAMP, 2005.

PÊCHEUX, M. [1975]. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. 4. ed, Campinas: Editora da UNICAMP, 2009.

PÊCHEUX, M. [1983]. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Campinas: Pontes, 2006.

PÊCHEUX, M. [1984]. Especificidade de uma disciplina de interpretação (A Análise de Discurso na França). *In*: **Pêcheux, Michel**. Análise de Discurso. Textos escolhidos por Eni Orlandi. Campinas: Pontes, 2011, p. 227-230.

RICOEUR, P. **El discurso de la acción**. Madrid: Ediciones Cátedra, 1988.

ROUDINESCO, E.; PLON, M. **Dicionário de psicanálise**. Trad. Vera Ribeiro *et. al.*, Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

SOARES, Thiago Barbosa. Sucesso: discursos contemporâneos de capitalização dos sujeitos. *In*: SOARES, T. B (org.) **Múltiplas perspectivas em Análise do Discurso**: objetos variados – São Carlos – SP: Pedro & João Editores, 2018a.

SOARES, Thiago Barbosa. **Percorso linguístico**: Conceitos, críticas e apontamentos. Campinas, SP: Pontes, 2018b.

SOARES, Thiago Barbosa. Teoria Crítica e Análise do Discurso: a mídia como objeto comum. **Porto das Letras**, v. 5, n. 1, p. 21-38, 9 mar. 2019a.

SOARES, Thiago Barbosa. Formação Discursiva: uma noção com dois fundadores. In: **Leitura, Discurso e Produção dos Sentidos**: múltiplas abordagens (Série Estudos Resumidos, volume 63) / Organização Osalda Maria Pessoa. Jundiaí, Paco Editorial, 2019b. p. 37-51.

SOARES, Thiago Barbosa. **Composição discursiva do sucesso**: efeitos materiais no uso da língua. Brasília: EDUFT, 2020a.

SOARES, Thiago Barbosa. **Concisa apresentação da linguística**: um panorama da gramática comparada à pragmática. São Paulo: Pimenta Cultural, 2020b.

SOARES, Thiago Barbosa. O contraste no discurso do sucesso: a diametralidade discursiva do enunciado “oposto”. **Revista Porto das Letras**, Vol. 07, Nº 01. 2021. p. 98-115. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/portodasletras/article/view/11300>. Acesso em: 11 jun. 2021.

SOARES, Thiago Barbosa. **Percorso Discursivo**: heterogeneidades epistemológicas aplicadas. 1. ed. - Campinas, SP: Pontes Editores, 2022.

WONG, R. **O sucesso está no equilíbrio**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

UM GESTO DE LEITURA SOBRE O “ARMAMENTO CIVIL” EM UMA ABORDAGEM DISCURSIVA DA MÍDIA

Elizangela Araújo dos Santos Fernandes
Universidade Federal do Tocantins
Thiago Barbosa Soares
Universidade Federal do Tocantins

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A pauta sobre a flexibilização da posse de armas foi um dos principais interesses levantados na campanha eleitoral de 2018 e, desse modo, os discursos pró-armamentistas perseguiram a figura do, até então, pré-candidato à presidência da república, Jair Messias Bolsonaro, em um contexto de altos índices de violência e ascensão do conservadorismo moral e político (CAVALCANTI, 2017). Todavia, é pertinente adiantar que esse discurso não é personalizado, pois há muitos outros disseminadores do discurso do armamento desde o Brasil Colônia ao Brasil Império, como também atualmente, sendo, portanto, o armamento civil um incentivo do poder público e, conseqüentemente, uma política de Estado (ALMEIDA, 2014).

Frente ao que é dito, interessa-nos saber que a regulamentação do controle de armas só veio após a redemocratização política do Brasil com a Lei 9.437/97, criada no governo de Fernando Henrique Cardoso, e que trazia em seu bojo a obrigatoriedade de registro de armas pela Polícia Federal (SINARM)²¹. Entretanto, embora a Lei 9.437/97 estabelecesse condições sobre a aquisição e o porte de armas de fogo, o marco da discussão e regulamentação acerca do tema é, de fato, a Lei 10.826/03, sancionada pelo então presidente da República, na época, Luiz Inácio Lula da Silva. Denominada de Estatuto do Desarmamento, como o próprio termo já indica, visava restringir, ainda mais, a posse de armas de fogo, bem como tornar o porte praticamente extinto, salvo em casos especiais. Além de dar mais atribuições ao SINARM, o Estatuto passou a permitir a posse de armas apenas para formação profissional e por comprovada necessidade do cumprimento das atividades profissionais.

²¹ É um órgão instituído no Ministério da Justiça, no âmbito da Polícia Federal, com circunscrição em todo o território nacional, a quem incumbe cadastrar as características das armas de fogo e suas eventuais alterações; a propriedade das armas de fogo e suas respectivas transferências, bem como eventuais perdas, extravios, furtos, roubos, e, ainda, aquelas que forem apreendidas, mesmo que vinculadas a procedimento policial ou judicial; as autorizações para porte de arma de fogo e as renovações expedidas pela Polícia Federal; os armeiros em atividade no País, bem como os produtores, atacadistas, varejistas, exportadores e importadores autorizados de armas de fogo etc.

Em 2005, ainda no governo Lula, um Referendo sobre proibir o comércio de armas de fogo aconteceu no país e, segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral, 63% dos brasileiros votaram *Não* a proibição. Com isso, o artigo 35 do Estatuto do Desarmamento, que dizia: “é proibida a comercialização de arma de fogo e munição em todo o território nacional, salvo para as entidades previstas no art. 6º desta Lei”, não entrou em vigor. Portanto, de 2003 até as eleições presidenciais de 2018, esse discurso acerca das armas de fogo em posse de civis no Brasil ganhou mais força na mídia, considerando que é no campo midiático que a discussão sobre as regulamentações do direito de portar armas ganha corpo, pois compreende as posições discursivas sobre o tema.

Todavia, o fato discursivo que, de imediato, chama a nossa atenção, diz respeito ao funcionamento da disseminação dos sentidos do discurso midiático que sinalizam sentidos para o armamento civil e levam-nos a refletir sobre a construção discursiva, não apenas na relação com a personalização do discurso armamentista, mas com outras que são mobilizadas no decorrer das análises, visando compreender o processo de produção de efeitos de evidência posto em movimento pelos jornais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e o Jornal do Tocantins, em distintos discursos. Posto isso, a apropriação da análise dos discursos para o estudo dos textos jornalísticos justifica-se pela compreensão da linguagem como processo produtivo, pois, consoante assevera Orlandi (1998, p. 17), a linguagem é trabalho simbólico, o que corresponde a dizer que “tomar a palavra é um fato social com todas suas implicações: conflitos, reconhecimentos, relações de poder, constituição de identidades, etc.”.

Inseridos nessa perspectiva discursiva, para que este texto possa cumprir seu propósito, adotamos o seguinte percurso: inicialmente, é apresentado, ainda que de forma breve, algumas estratégias argumentativas do discurso midiático. Logo após, trazemos amostras de análises que compreendem os discursos sobre o armamento civil a partir de enunciados identificados nos jornais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e o Jornal do Tocantins, em 2018. Importa-nos esclarecer que a escolha pelos dois primeiros veículos de comunicação dá-se pela repercussão de suas matérias jornalísticas a nível nacional. Já a escolha pelo Jornal do Tocantins encontra respaldo por conter matérias locais do Estado e que trazem, como os demais jornais investigados, o funcionamento discursivo do armamento civil. Quanto a seleção do ano das publicações das matérias investigadas, fundamenta-se no período eleitoral destinado a candidatura à presidência da República e, consequentemente, na palavra em movimento; compreendendo a língua, o fazer sentido e a capacidade de significar (ORLANDI, 2015) na/pela mídia sobre a proposta

armamentista da campanha de Bolsonaro. Diante dessas alegações, pontuamos que a análise dos trajetos dos discursos dos jornais, ora mencionados, mostra que o sentido de uma palavra, expressão ou proposição não existe em si mesmo, porém é determinado pelas posições ideológicas colocadas em jogo no processo sócio-histórico em que são produzidas, ou seja, reproduzidas (PÊCHEUX; FUCHS, 1997).

O DISCURSO JORNALÍSTICO: A PRODUÇÃO DE SENTIDOS E (NA) MÍDIA

Os processos de informar ou comunicar são questões de escolha, e toda escolha põe em evidência uma informação e silencia tantas outras, conduzindo, dessa maneira, a compreensão da informação pelo receptor. Essas escolhas são de conteúdos a transmitir, de formas adequadas para estar em consonância com as normas do bem falar e ter clareza, especialmente dos efeitos de sentido para influenciar o outro, ou melhor, na verdade, são escolhas de estratégias discursivas (CHARAUDEAU, 2006). A partir dessa compreensão, vemos que a mídia é uma instância reguladora que gerencia os discursos circulantes (SOARES, 2018a) e, para tanto, utiliza-se do poder de incluir ou excluir, qualificar ou desqualificar, legitimar ou não, dar voz, publicitar e tornar público. Diante dessas características, o seu papel é fundamental na constituição do discurso do armamento civil e, dessa forma, ao investigarmos os dizeres sobre violência, segurança, legítima defesa e, conseqüentemente, porte e posse de armas no Brasil, julgamos necessário e produtivo rastreamos alguns mecanismos discursivos de constituição dos sentidos na mídia jornalística online, pois constituindo e atravessando esse discurso midiático, outros discursos fazem-se presentes em sua presença ou ausência. Ou seja, todo discurso midiático traz fragmentos de outros discursos já proferidos, dialoga com eles, apresentando-os de forma explícita ou implícita (CHARAUDEAU, 2006).

A mídia não é apenas um meio de comunicação, ela é uma máquina ideológica de

“mostrar a qualquer preço”, do “tornar visível o invisível” e do “selecionar o que é mais surpreendente” (as notícias ruins) faz com que se construa uma imagem fragmentada do espaço público, uma visão adequada aos objetivos das mídias, mas bem afastada de um reflexo fiel (CHARAUDEAU, 2006, p. 20, aspas do autor).

O seu poder não se restringe a repetir o que os outros meios veiculam, os já-ditos (SOARES, 2015), mas ao trabalhar informação, interpretação e opinião/posição de forma simultânea, a mídia também padroniza o sujeito-leitor por meio de técnicas, estratégias de convencimento, a exemplo dos jornais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e o Jornal do Tocantins, mesmo que de uma forma aparentemente ingênua, já que “Toda instância de informação, quer queira, quer não, exerce um poder sobre o outro. Considerando a escala coletiva das mídias, isso nos leva a dizer que as mídias constituem uma instância que detém uma parte social do poder” (CHARAUDEAU, 2006, p. 63). E, esse outro, aqui apresentado como receptor, não é revestido com certos matizes de indicadores sociais, mas ao compor a cadeia interativa da atividade linguageira jornalística, ele “é construído na própria produção imaginária dos organizadores e enunciadore do discurso” (VIZEU, 2007, p. 10).

Os meios de comunicação constroem, produzem sentidos (e não apenas informam ou relatam fatos), tornando-se instrumentos de poder, capazes de influenciar a forma de pensar e agir em sociedade. Esse poder de influenciar decorre da relação da mídia com o outro, pois o ato de comunicar baseia-se na relação entre duas instâncias: a de produção e a da recepção da informação (CHARAUDEAU, 2006). Portanto, o discurso midiático, assim como todo discurso, está inserido nesse contrato de comunicação que envolve os sujeitos produtores da notícia e os sujeitos receptores na troca do produto noticioso, ou seja, a própria notícia.

A partir dessas considerações, é possível compreender que, enquanto a instância de produção envolve uma lógica comercial e capitalista, voltada para as condições de produção com suas regras e práticas próprias, como também com uma missão estabelecida, a instância de recepção é constituída pelo público alvo diverso e heterogêneo “vista como um leitorado figurado, como instância cidadã para a qual toda informação concernente ao espaço público é pertinente e vital para a ação cidadã” (EMEDIATO, 2007, p. 292). No entanto, seja na instância de produção ou na instância de recepção, o sentido dos discursos detém-se na junção dessas duas instâncias e não apenas ao que foi produzido. Em síntese, a unilateralidade não faz parte do poder da mídia. Há uma relação de poder entre a instância de produção jornalística e a instância de recepção das notícias, contudo, isso ocorre através de uma relação de troca social, de coenunciação dos emissores e receptores das notícias (EMEDIATO, 2008).

Diante do exposto, trazemos, na próxima seção, cinco notícias, sendo duas da Folha de São Paulo, duas do Estado de São Paulo e uma do Jornal do Tocantins para exemplificarmos o que vimos.

O FUNCIONAMENTO DO DISCURSO MIDIÁTICO SOBRE O ARMAMENTO CIVIL

Nas análises que ora empreendemos, o procedimento metodológico volta-se para o critério de seleção e separação de seqüências de enunciados que observou prioritariamente a nuclearidade temática que os envolve. De acordo com Pêcheux (1994), o recorte já é uma marca de interpretação e, ao analista, é impossível, analisá-lo a distância. Sendo assim, faz-se necessário dizer que o resultado obtido com a análise não é o único possível ao corpus, pois uma análise não é igual a outra, afinal, ela mobiliza conceitos distintos e isso tem resultados determinantes na descrição dos materiais. Dessarte, veremos nos fragmentos a seguir, como os jornais Folha de São Paulo, o Estado de São Paulo e o Jornal do Tocantins posicionaram-se sobre o armamento civil em 2018, e a quais estratégias discursivas recorreram para proferirem os seus discursos. Cumpre salientar que, pela extensão das notícias analisadas, não trazemos todo o corpo das matérias jornalísticas, mas, nas referências encontramos os links de acesso aos fragmentos investigados.

Sendo compreendida nessa perspectiva, vejamos como os discursos da mídia jornalística constituem o objeto armamento civil.

Figura 01 – Manchete: Folha de São Paulo



Fonte: Folha de São Paulo (2018)

O enunciador Folha, nessa reportagem, traz a opinião de algumas pessoas com referências no assunto sobre o armamento civil e na busca de criar o efeito de verdade, o discurso direto é mobilizado para dar suporte aos argumentos do jornal, como podemos comprovar na seqüência discursiva *Para a coordenadora de segurança pública do Instituto Igarapé, Michele dos Ramos, “a maioria da população é contra o porte”*. “Ao optar pelo discurso direto, o jornal cria um efeito de verdade dando a impressão que preservou a

integridade do discurso citado e a autenticidade do que reproduziu” (Platão e Fiorin 1993, p. 184). Nessa SD, ouve-se a voz que fala a partir de uma posição-sujeito, Michele Ramos aparece como aliada externa na construção de sentido da matéria da Folha e ajuda, com a palavra de autoridade, a embalar o discurso do *Não* ao armamento. Ou seja, a palavra de autoridade no discurso jornalístico é um recurso utilizado para ancorar as estratégias discursivas destinadas a convencer o leitor de que os sentidos trabalhados são, de fato, verdadeiros e críveis. Com o objetivo de obter a credibilidade, a mídia recorre à palavra de terceiro para garantir a construção de sentido desejada. A voz do sujeito Michele é dada porque ela ratifica e certifica o discurso pela ótica de quem conhece do assunto, afinal está no cargo de coordenadora de segurança pública. Maingueneau (2007, p. 117) assevera que “o discurso convence porque ia pela nossa cabeça o que já convencia”. Dito em outros termos, não é a partir do nada que as verdades são criadas, mas, sim, com referências e propósitos definidos. No entanto, elas funcionam justamente pelas pré-condições de existência do próprio discurso. Todavia, apesar disso, ainda é preciso um discurso para que as verdades aconteçam (MAINGUENEAU, 2007).

Os discursos servem para arrumar essas verdades, fortalecê-las diante do inimigo, das outras verdades como em *Um dos principais argumentos dos contrários ao estatuto, é que a lei “desarmou os cidadãos de bem”*. Desse modo, constroem-se estratégias discursivas que garantam o lugar e a existência das verdades tão certas do jornal. Na tentativa de derrotar os discursos pró-armamentistas contrários à sua formação discursiva, o enunciador Folha constrói, nessa matéria, como em um tribunal do júri, uma cadeia de contra-argumentos para as principais verdades do discurso antagonista e, para tanto, traz diversas vozes, a polifonia social, os pontos de vista que transitam pelo jornal. Vejamos esse fragmento “*A lei sozinha, afirma Lageani, não é “solução mágica” para a segurança. “Mas claramente impacta. A única redução de homicídios nos últimos 20 anos foi depois do estatuto, em 2004 e 2005”*. Ademais, sobre a promessa dos decretos de Bolsonaro, em sua campanha presidencial, a Folha, valendo-se de um verbo no presente do indicativo “é”, denota uma certeza quanto a sua assertiva, portanto, não há espaço para refutação, em “*É um risco, ele pode liberar a compra do fuzil, hoje restrito*”, diz Lageani do Instituto Sou da Paz. Nesse fragmento, a Folha utiliza-se de estratégias de instituição do medo, temor e de intimidação, assim, as palavras e os argumentos viciam-se entre atacar e defender-se, como afirma Foucault (2006, p.227) “anátemas, excomunhões, condenações,

batalhas, vitórias e derrotas, não passam, no fundo, de maneiras de dizer. E, no entanto, também são, na ordem do discurso, maneiras de fazer que não deixam de ter consequências”.

No discurso da Folha, notamos que os sentidos no discurso jornalístico podem estar ocultos ou silenciados, por meio de um processo de escolha, seleção e edição que vai nortear leitores segundo a visão seletiva dos interesses por trás dos processos de edição: induzir o leitor a crer no seu discurso de imparcialidade, afinal, algumas pessoas foram entrevistadas na cadeia de produção da notícia, e assim, várias vozes vão-se justapondo, sendo recortadas e coladas. Já que a mídia também impede a livre circulação do discurso, cuja produção acaba sendo controlada e selecionada (FOUCAULT, 2005). Ao informar o leitor, o discurso jornalístico recorreu a estratégia de persuasão com o intuito de modificar o comportamento do receptor e fazer que compartilhe do mesmo discurso, colocando em jogo a sua política de verdade, através da projeção de uma imagem de neutralidade e imparcialidade, sendo, pois, um mito de isenção do/no jornalismo como em *“segundo pesquisa do Ipea, a cada 1% a mais de armas de fogo em circulação, os homicídios aumentam 2%. Em 2016, 71% dos homicídios no Brasil foram por armas de fogo”*. A credibilidade, aqui, é marcada pela apresentação de números e, para tanto, recorre a voz da fonte credível Ipea, “Mas que ninguém se deixe enganar; mesmo na ordem do discurso verdadeiro, mesmo na ordem do discurso publicado e livre de qualquer ritual, se exercem ainda formas de apropriação de segredo e de não-permutabilidade” (FOUCAULT, 2010, p. 40).

Atentemo-nos, ainda, ao dizer *“É um risco, ele pode liberar a compra do fuzil, hoje restrito”*, diz Langeani do Instituto Sou da Paz, o sujeito enunciador Folha, marcando um certo distanciamento, ao trazer a voz do outro, Langeani, em época de campanha eleitoral, busca influenciar a opinião do leitor por meio do saber que só foi concedido pelo jornal. Como nos lembra Foucault (2005), o poder disciplinar faz-se presente, um tanto modesto, desconfiado, mas constante, de forma autorizada ou não, e os corpos permitem essa manipulação. Noutras palavras, o saber que o jornal doa é incontestável; assim, o leitor fará a melhor opção com base no que a Folha diz. Desse modo, posiciona-se com o poder de informar e doar o saber e, consequentemente, conservar “a hegemonia ideológica em suas práticas discursivas” (SOARES, 2018a, p. 150).

Figura 02 – Manchete: O Estado de São Paulo



Fonte: O Estado de São Paulo (2018)

Nessa matéria, o título diz pouco ou muito a depender da sua leitura. Ao que parece, o jornal, ao recorrer ao discurso religioso, mostra mais uma de suas características discursivas arquitetadas. Somado a isso, aventamos a hipótese de mais de que um fenômeno linguístico, o termo “Igreja” grafado com a inicial maiúscula é, antes de qualquer coisa, um mecanismo discursivo para se criar um efeito de sentido de destaque e, assim, vai ganhando e produzindo significação segundo a sua inserção no discurso. Nesse traçado, o jornal, além de utilizar verbos no presente *é*, *acha* e *pede*, colocando o leitor a par do assunto, traz o discurso religioso que é tido como incontestável através das suas relações de poder (Van Dijk, 2008), e afeta não só a conduta social em si, mas o posicionamento ideológico do jornal que se ancora nesse como forma de legitimar e credibilizar o seu. Como observamos, o item lexical *Igreja* não sobressai, apenas, por ser um termo religioso, mas ratifica um discurso apelativo e persuasivo, em virtude disso, possui ação reguladora em dispersão na sociedade. A partir desse entendimento, a postura do jornal dialoga com o que diz Orlandi sobre o discurso religioso “Como a voz do pastor/padre é a voz de Deus, há nesse discurso uma mistificação em que uma voz está no lugar da outra. Quando eles falam é ‘como se’ Deus falasse, uma forma de representação, uma relação simbólica”. (ORLANDI, 2001, p. 244).

No trecho “*A Igreja é radicalmente contra o uso de armas*” a FD do Estado de São Paulo é empregada para persuadir o leitor de que o armamento civil é uma prática anticristã, portanto, não condiz com as leis de Deus. Dessa feita, ao incorporar o discurso religioso na tentativa de persuadir o enunciário, o “paroxismo autoritário eleva-se e chega a tal grau de requinte” que o leitor nem, sequer, chega a questioná-lo, mas, apenas, aderi-lo (CITELLI, 1997, p. 48).

Assim, compreendemos a ideologia do discurso do jornal perfazendo seu caminho via FD, ou melhor, arregimentando a FD religiosa que serve de base para as formulações linguísticas com as quais se veicula os efeitos de sentido do discurso do armamento civil. É interessante percebermos, também, um atravessamento de outros sentidos mobilizados por termos como:

O teólogo Fernando Altemeyer Junior, chefe do Departamento de Ciência da Religião da PUC São Paulo, salienta que “as igrejas são radicalmente contra o uso de armas”; “O papa Francisco agora deixou claro que essa indústria de armas norte-americana que financia o (Donald) Trump – e agora a brasileira, que financia o (Jair) Bolsonaro – é anticristã. A Igreja não tem nada a dizer quanto às armas senão um gigantesco não”, completa o teólogo (O ESTADO DE SÃO PAULO, 2018, aspas do autor).

No excerto acima, atentamos para o pré-construído “anticristã”, dentro do enunciado *essa indústria de armas norte-americana que financia o (Donald) Trump – e agora a brasileira que financia o (Jair) Bolsonaro – é anticristã*. Tendo em vista que “todo elemento de discurso que é produzido anteriormente, em outro discurso e independentemente, é entendido como pré-construído” (INDURSKY, 2011, p. 69), o termo “anticristã” não é aleatório, como podemos observar, nela reside a mobilização da religião e de seu interdiscurso, pois essa formulação demarca a posição religiosa que se situa no âmbito daquilo que é contrário à igreja, aos seus preceitos. Ora, ser anticristão é ser fascista? Soares (2018b, p. 187) reitera “A força das palavras é retirada das práticas discursivas nas quais se encontram e carregam as projeções de virtudes e de preconceitos”. Depreende-se que o discurso do jornal sobre o porte e a posse de armas não está sozinho, como podemos verificar, conseqüentemente, ancora os dizeres religiosos em formações discursivas subsidiárias, como é o caso da formação discursiva política e religiosa.

Figura 03 – Manchete: O Estado de São Paulo

A12 | QUINZE ANOS DO SEU FUNDAMENTO EM 2008

Metrópole

Segurança. Nº de licenças dadas pela Polícia Federal no País para ter equipamento em casa ou local de trabalho foi de 33 mil no ano passado, ante 9,7 mil em 2009; presidente eleito diz que é preciso flexibilizar regras sob argumento do direito da legítima defesa

Registro de arma sob 280%; Bolsonaro promete decreto para facilitar posse

O presidente eleito, Jair Bolsonaro, disse ontem que pretende "garantir" por decreto a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto. Bolsonaro disse que pretende garantir a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto. Bolsonaro disse que pretende garantir a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto.



Vigilante. Em frente do Rio de Janeiro no período.

...do presidente eleito, Jair Bolsonaro, disse ontem que pretende "garantir" por decreto a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto. Bolsonaro disse que pretende garantir a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto.

COMO FUNCIONA

• **Registralhos para a posse** Para ter uma arma, o cidadão deve ter um documento de identificação, um documento de residência, um documento de trabalho, um documento de renda e um documento de antecedentes criminais. Além disso, o cidadão deve passar por um curso de capacitação em atividades por decreto.

...do presidente eleito, Jair Bolsonaro, disse ontem que pretende "garantir" por decreto a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto. Bolsonaro disse que pretende garantir a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto.

...do presidente eleito, Jair Bolsonaro, disse ontem que pretende "garantir" por decreto a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto. Bolsonaro disse que pretende garantir a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto.

...do presidente eleito, Jair Bolsonaro, disse ontem que pretende "garantir" por decreto a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto. Bolsonaro disse que pretende garantir a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto.

Margem de mudança sem aval do Congresso é restrita, dizem juristas

Empresários brasileiros temem que Bolsonaro queira mudar regras de funcionamento de bancos, mas juristas dizem que o decreto deverá manter as regras atuais.

...do presidente eleito, Jair Bolsonaro, disse ontem que pretende "garantir" por decreto a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto. Bolsonaro disse que pretende garantir a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto.

...do presidente eleito, Jair Bolsonaro, disse ontem que pretende "garantir" por decreto a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto. Bolsonaro disse que pretende garantir a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto.

...do presidente eleito, Jair Bolsonaro, disse ontem que pretende "garantir" por decreto a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto. Bolsonaro disse que pretende garantir a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto.

...do presidente eleito, Jair Bolsonaro, disse ontem que pretende "garantir" por decreto a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto. Bolsonaro disse que pretende garantir a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto.

Daniel Martins de Barros

Baseado em evidências

...do presidente eleito, Jair Bolsonaro, disse ontem que pretende "garantir" por decreto a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto. Bolsonaro disse que pretende garantir a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto.

...do presidente eleito, Jair Bolsonaro, disse ontem que pretende "garantir" por decreto a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto. Bolsonaro disse que pretende garantir a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto.

...do presidente eleito, Jair Bolsonaro, disse ontem que pretende "garantir" por decreto a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto. Bolsonaro disse que pretende garantir a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto.

...do presidente eleito, Jair Bolsonaro, disse ontem que pretende "garantir" por decreto a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto. Bolsonaro disse que pretende garantir a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto.

...do presidente eleito, Jair Bolsonaro, disse ontem que pretende "garantir" por decreto a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto. Bolsonaro disse que pretende garantir a liberdade de armas de fogo para os cidadãos, além de tornar obrigatória a capacitação dos cidadãos em atividades por decreto.

Fonte: O Estado de São Paulo (2018)

Nessa matéria, a formação ideológica do jornal está ligada ao registro de armas, ou melhor, a definir concepções acerca do aumento do registro de armas. É via evidências pela ideologia, que o enunciador Estadão, ao fazer uso do item lexical *registro*, referindo-se ao aumento de aquisição de armas de fogo, dissimula outras possibilidades de sentido para o mesmo dado e isso é chamado por Pêcheux de “*caráter material do sentido*, das palavras e do enunciado” (2009, [1975], p. 146, grifo do autor), pois em seu sentido dicionarizado, o termo *registro* significa legalizar, assim, a escolha do título da matéria não é gratuita, mas arregaçada sentidos para ela e marca a posição ideológica da formação discursiva do jornal, posto que “no jogo de espelhos surgem efeitos de sentidos não cerceados pela determinação da leitura dada pelo título” (SOARES, 2018a, p. 43). Em outros termos, a partir do sintagma nominal *registro*, processos discursivos

desdobram-se na medida em que ele é significado. Essa denominação desencadeia um movimento de significação que mostra como “sob ‘o mesmo’ da materialidade da palavra abre-se então o jogo da metáfora, como outra possibilidade de articulação discursiva” (PÊCHEUX, 1999, p. 53 – grifos do autor). Nessas condições de produção, *registro* está próximo da ideia convocada pela memória de legalidade, é “a palavra sob a palavra, uma sob a outra” (ORLANDI, 2017, p.76) e, desse modo, o pré-construído instala-se entre as possibilidades dizíveis *reconhecer, legitimar, ratificar* (COURTINE, 1984). No dizer do Estadão em *o aumento de registros está associado ao discurso do governo*, vemos que é preciso jogar com aquilo que não se inscreve linguisticamente no fio desse dito (DUCROT, 1987) pois, a produção enunciativa da mídia Estadão, no interdiscurso, ancora-se no pré-construído *no governo de Bolsonaro o porte de armas aumentará o índice de registros legais e isso fará com que o comércio ilegal de armas diminua*. Decorrente dessa filiação ao discurso armamentista, marcas incidem na matéria dizendo que há uma certeza quanto ao controle de registros de armas de fogo no governo do futuro representante do executivo nacional. Com essa inserção complementar de noções, depreende-se que a formação discursiva do jornal “aparece, então, inseparável do interdiscurso” (CHARAUDEAU, P; MAINGUENEAU, D, 2008, p. 241).

Na sequência *Este ano aumentou muito (a procura), está movimentado mesmo*, o Estadão utiliza-se da voz do outro, o entrevistado, um instrutor de tiros, como estratégia de persuasão e convencimento, pois quer parecer imparcial e neutro através da heterogeneidade mostrada pelo discurso direto (AUTHIER-REVUZ, 2004). Isso aciona a credibilidade e confiança do leitor sobre a objetividade do jornal. Nas palavras de Hernandes (2006, p. 34), “o jornalista deve convencer o público de que permaneceu neutro [...] Cede-se a palavra a entrevistados, o que cria a ilusão de situações ‘reais’ de diálogo”. Dito de outro modo, o enunciador cria um distanciamento entre si e o entrevistado e entre ele e o enunciatário, leitor do jornal, que vai crer no seu discurso de “imparcialidade”. Nessa direção, a não transparência da linguagem é percebida na influência que a informação visa causar através de seus mecanismos de efeitos de sentido consoante a matriz discursiva do armamento civil. Já que, através do “princípio de influência: todo o sujeito que produz um ato de linguagem visa atingir seu parceiro, seja para fazê-lo agir, seja para afetá-lo emocionalmente, seja para orientar seu pensamento” (CHARAUDEAU, 2005, p.15).

Figura 04 – Manchete: O Estado de São Paulo



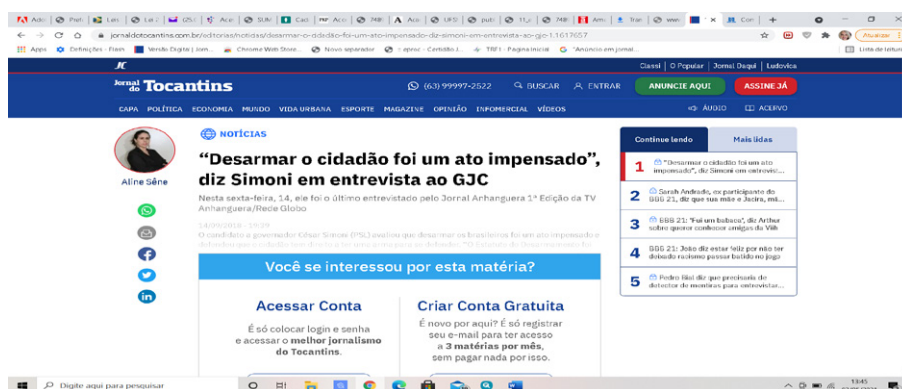
Fonte: O Estado de São Paulo (2018)

Logo de início, a manchete que constrói o jornal do dia 5 de agosto de 2018 já nos chama a atenção e caracteriza com propriedade a regularidade de uma prática discursiva vertida na associação dos sintagmas “Bancada da bala” às propostas dos deputados que querem mudar o Estatuto do Desarmamento. Mobilizamos, de plano, que ao enunciar “Bancada da bala se articula para crescer nas eleições”, o veículo midiático posiciona-se e fala de um lugar, a partir de suas concepções ideológicas, não sendo, portanto, neutras, uma vez que se considera que o sujeito é sempre interpelado pela ideologia e chamado a ocupar um lugar na sociedade (ORLANDI, 2002). Quando se põe a falar, o sujeito toma posição e produz seu dizer a partir de uma identificação com a formação discursiva inscrita na história e de acordo com suas filiações ideológicas, nesse caso, política. Isso se justifica porque “Há em toda língua mecanismos de projeção que permitem passar da situação sociologicamente descritível para a posição dos sujeitos discursivamente significativa” (ORLANDI, 1994, p. 56).

Identificamos que os dizeres “Bancada da bala” são retomados constantemente nos enunciados sobre a Frente Parlamentar de Segurança ao tratar das propostas dos partidos e de nomes que fazem parte dessa memória. Isso é comprovado nas sequências “os donos do congresso” e “tamanho da bancada da bala”. Nesses traços, é possível considerar a existência de um discurso político que se atualiza no discurso midiático, como, por exemplo, nos itens

lexicais “congresso” e “bancada”, que indicam a formação discursiva a qual o jornal se filia. Essas considerações permitem-nos, ainda, apreender que a construção do discurso midiático Estadão, ao que parece, é opinativa sobre a Bancada da bala e não quer omitir isso em *Apoiada pela indústria de armas* ao mostrar a relação dessa Frente Parlamentar com interesses mercantis, mas silencia os motivos pelos quais as 112 propostas não foram aprovadas. Ao silenciar, o sujeito está negando a possibilidade de outros dizeres inscreverem-se pela/na palavra, uma vez que, em todo dizer, vai haver uma falta, ou seja, algo que o sujeito enunciador silencia por determinações político-ideológicas. Por isso, o silêncio “[...] é necessário à significação” (ORLANDI, 2007, p. 47). Com efeito, o posicionamento opinativo do jornal vem corroborar mais um dos mecanismos do seu poder de persuasão.

Figura 05 – Manchete: Jornal do Tocantins



Fonte: Jornal do Tocantins (2018)

Para não defender um assunto que divide opiniões, é possível observar um expediente que é posto em movimento: o aspeamento da fala do candidato a governador do Tocantins César Simoni. Vemos, nessa matéria, que a colocação das aspas cria um efeito de distanciamento entre o sujeito enunciador e o sujeito candidato e, assim, o uso das aspas materializa a posição ideológica e demarca a formação discursiva do sujeito candidato na superfície textual e “indicam modos de subjetivação” (ORLANDI, 2008, p.116). A mídia, então, cria um efeito de neutralização em relação às contendas no interior de uma sociedade marcada pela violência e pela ausência do Estado em garantir a segurança pública.

Em “O Estatuto do Desarmamento foi um grande engodo, quem desarmam a população são tipos como: Lênin, Stalin, Hitler, Mussolini e Lula, avalliou Simoni. O enunciador Jornal do Tocantins utiliza o discurso do outro: o candidato a governador do Estado. Dessa forma, vemos, na materialização do seu discurso político/social, como o emprego de *Lênin, Stalin, Hitler, Mussolini e Lula* ressoa, nessa materialidade, no discurso que se constitui a partir dela, pela política nazista e fascista, pelo totalitarismo e genocídio desses governantes, sendo, portanto, um ponto de encontro de uma atualidade e uma memória (PÊCHEUX, 2006). Esse enunciado faz retornar, pela memória, tais homens da História, mas retorna, também, o discurso em torno deles. Pois, aproxima a atuação de *Lênin, Stalin, Hitler, Mussolini e Lula*, como sendo ditadores que vão além do que é permitido a um homem de Estado. Trata-se, a partir de Orlandi (2015) de um processo de transferência, de espaços de memória que mobilizam distintos domínios discursivos, conforme Pêcheux (2006, p. 19) “espaços de memória que ele convoca e já começa a reorganizar”. Por meio da memória discursiva, o enunciador leva o enunciatório, seu público-alvo, a relacionar o governo petista e o Estatuto do Desarmamento sancionado por ele, em 2003, aos ditadores *Lênin, Stalin, Hitler e Mussolini*. Dessa forma, sentidos sobre esses governantes, que estavam estabilizados, voltam a circular e produzir efeitos no ano de 2018. Sob essas interpretações, Pêcheux assegura que:

Todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro [...]. Toda sequência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série (léxico sintaticamente determinada) de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar a interpretação (2006, p. 53).

Como se observa, o passado “memorizado” está presente no discurso político do enunciador Jornal do Tocantins, que, a partir de reformulações vai readaptá-lo ao novo acontecimento: a campanha armamentista do candidato Bolsonaro. Como nos lembra Foucault (2008, p.32), “um enunciado é sempre um acontecimento que nem a língua nem o sentido podem esgotar inteiramente”. O discurso jornalístico também possui essa característica, pois todo enunciado é um acontecimento novo, único que funciona como perspectiva necessária para que o enunciador, por meio do seu discurso, provoque no público-alvo, o efeito de sentido esperado. Assim, O Jornal do Tocantins, cujo discurso é pró-armamento, como podemos observar em *sem arma o cidadão*

fica a mercê do “bandido”, retoma discursos que estão presentes na memória social, coletiva, como estratégia de persuasão. Logo, podemos dizer que, os efeitos produzidos pelo cruzamento do interdiscurso com o intradiscurso (ORLANDI, 2015), por meio da memória, atuam como estratégias de convencimento do enunciador Jornal do Tocantins.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo de nosso artigo foi mostrar como dizeres na mídia foram mobilizados e atualizaram sentidos em torno de um acontecimento: o discurso do armamento civil nas eleições para a presidência da República em 2018. As análises permitiram-nos verificar que os jornais Folha de São Paulo, o Estado de São Paulo e o Jornal do Tocantins conhecem seu leitor/eleitor e, com a estratégia de defender os seus interesses, eles proferem o seu discurso sem se aperceberem de que não existe uma “neutralidade” imposta. Afinal, “o sujeito diz, pensa que sabe o que diz, mas não tem acesso ou controle sobre o modo pelo qual os sentidos se constituem nele” (ORLANDI, 2015, p. 30).

A partir da análise das sequências discursivas, verificamos como os enunciados são diferentemente discursivizados na abordagem das notícias do “armamento civil”, e como cada enunciador seleciona e utiliza recursos de persuasão para manipular seu enunciatário/leitor constituído, movendo e direcionando os leitores a determinadas interpretações, através da informação transmitida por meio do discurso direto ou mesmo do discurso indireto, presentes nos três veículos de comunicação.

Ademais, constatamos abordagens, opiniões e conclusões distintas sobre o mesmo assunto, fato explicável pela presença da heterogeneidade das formulações (AUTHIER-REVUZ, 1990) e dos argumentos empregados para que esses discursos chegassem ao grande público. Nas sequências analisadas, evidenciamos que a formação discursiva mais recorrente foi a política, pois os jornais utilizaram-se de seus discursos para qualificar ou desqualificar a política governamental a respeito do armamento civil no país. Embora sejam jornais com conteúdo diário de informação, com características análogas, apresentaram discursos e estratégias distintas sobre o mesmo assunto. A Folha mostrou um discurso formal, com base em depoimentos de especialistas na área da segurança, o que denota uma “verdade” que só faz fortalecer o seu discurso de “imparcialidade”, criando um efeito de distanciamento ao trazer distintas opiniões e, com frequência, recorrendo ao “outro” para dar voz, ter credibilidade e continuar com o “mito” da “neutralidade” e “imparcialidade”.

O Estado de São Paulo, por seu turno, para criar um efeito de aproximação, utilizou estratégias discursivas para convencer o leitor a crer no seu discurso, embasado na entrevista a um instrutor de tiros, cidadão comum, por meio do discurso coloquial, para dar mais veracidade as suas informações. Mais não é só isso, o Estadão também se valeu do discurso formal ao trazer dizeres de um líder religioso e de alguns representantes sociais integrantes da Bancada da Bala e do Sou da Paz, no intuito de mostrar-se credível e imparcial. Enquanto o Jornal do Tocantins concentrou o seu discurso em retornar o pleito do ex-presidente Lula como um expediente que atravessa e constitui uma das imagens do governo petista e o Estatuto do Desarmamento, recorrendo a voz do ator social, candidato a governador, na época e, assim, o seu leitor/eleitor foi incitado, a partir da memória, a relacionar líderes totalitários ao governo de Lula, conforme um imaginário que afeta os sujeitos em suas posições políticas (ORLANDI, 2015). Em síntese, os três jornais comprovam as suas visões de mundo, ou seja, cada um deles teceu seu discurso, ancorados em suas ideologias e nas de seu público-alvo. Para tanto, verdades ideológicas foram produzidas, atendendo aos seus interesses, seja interferindo, modificando e questionando o poder dos jogos não transparentes dos enunciados.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Adilson José de. **Modos de atuação armada do exército brasileiro no Império: 1842- 1870.** Tese (Doutorado em História Social) – Universidade de São Paulo, São Paulo -SP, 2014.

AUTHIER-REVUZ, J. **Heterogeneidade enunciativa.** Cadernos de estudos linguísticos, 19. Campinas: IEL, 1990.

AUTHIER-REVUZ, J. Heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva: elementos para uma abordagem do outro no discurso. In: AUTHIER-REVUZ, J. **Entre a transparência e a opacidade:** um estudo enunciativo do sentido. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004, p. 11-80.

CAVALCANTE, Maria do Socorro Aguiar de Oliveira; autores Helson Flávio da Silva Sobrinho... [et al.] – **Linguagem discurso e ideologia:** a materialidade dos sentidos. Maceió: EDUFAL, 2017.

CHARAUDEAU, P. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, M. A. L. e GAVAZZI, S. (Ed.). **Da língua ao discurso:** reflexões para o ensino. (p. 11-27). Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHARAUDEAU, P; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de Análise do Discurso**. 2. ed. – Trad. Fabiana Komesu *et. al.* São Paulo: Contexto, 2008.
- CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. 11. ed. São Paulo: Ática, 1997.
- COURTINE, J. Définitions d'orientations théoriques et méthodologiques en analyse de discours. *In: philosophiques*. v. IX, n. 2. Paris, 1984.
- DUCROT, O. **O dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 1987.
- EMEDIATO, Wander. As emoções da notícia. *In: MACHADO, Ida Lucia; MENEZES Willian; MENDES, Emília (Org.). As emoções no discurso*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007. p. 290-309.
- EMEDIATO, Wander. Os lugares sociais do discurso e o problema da influência, da regulação e do poder nas práticas discursivas. *In: PROENÇA, Gláucia Muniz; MACHADO, Ida Lucia; EMEDIATO, Wander (Org.). Análises dos discursos hoje*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. v. 1, p. 71-91.
- Folha de São Paulo. **Na mira de Bolsonaro, lei afrouxa, e 6 armas são vendidas por hora a civis**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/10/na-mira-de-bolsonaro-lei-afrouxa-e-6-armas-sao-vendidas-por-hora-a-civis.shtml>. Acesso em: 6 jun. 2021.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Tradução de Raquel Ramallete. 30. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Tradução de Roberto Machado. 22 ed. Rio de Janeiro: Graal, 2006 (1979).
- FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do Discurso**. Trad. de Laura Fraga Almeida Sampaio. – 20ª ed. São Paulo: Loyola, 2010.
- HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques: o que o jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público**. São Paulo: Contexto, 2006.

INDURSKY, Freda. A memória na cena do discurso. *In*: INDURSKY, F. *et al.* **Memória e história na/da análise do discurso**. Campinas: Mercado de Letras, 2011. p. 67-89.

Jornal do Tocantins. **Desarmar o cidadão foi um ato impensado”, diz Simoni em entrevista ao GJC**. Disponível em: <https://www.jornaldotocantins.com.br/editorias/noticias/desarmar-o-cidad%C3%A3o-foi-um-ato-impensado-diz-simoni-em-entrevista-ao-gjc>. Acesso em: 6 mar. 2021.

MAINGUENEAU, D. **Gênese dos discursos**. Trad. Sírio Possenti. Curitiba, PR: Criar Edições, 2007.

O Estado de São Paulo. **A igreja é radicalmente contra o uso de armas**. Disponível em: <https://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20181231-45730-nac-18-cd2-c2-not>. Acesso em: 6 jun. 2021.

O Estado de São Paulo. **Registro de armas sobe 280%; Bolsonaro promete decreto para facilitar posse**. Disponível em: <https://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,registro-de-arma-sobe-280-bolsonaro-promete-decreto-para-facilitar-posse,70002661466>. Acesso em: 6 jun. 2021.

O Estado de São Paulo. **Bancada da bala se articula para crescer das eleições**. Disponível em: <https://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20180805-45582-nac-10-pol-a10-not>. Acesso em: 6 jun. 2021.

ORLANDI, Eni. P. **Discurso, imaginário social e conhecimento**. Revista em Aberto, Brasília, ano 14, n.61, jan./mar. 1994.

ORLANDI, Eni. P. Unidade e dispersão: uma questão do texto e do sujeito. *In*: _____. **Discurso e Leitura**. Campinas: UNICAMP, 1988.

ORLANDI, Eni. P. O discurso religioso. *In*: ORLANDI, E. P. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. 6ed. Campinas: Pontes, 2001. p. 239 - 262.

ORLANDI, Eni. P. **Língua e conhecimento linguístico**; para uma História das Ideias no Brasil. São Paulo: Cortez Editora, 2002.

ORLANDI, Eni. P. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Campinas: Pontes Editores, 2007.

ORLANDI, Eni. P. **Discurso e texto**: formulações e circulação dos sentidos. Campinas, SP: 3ªed. Pontes Editora, 2008.

ORLANDI, Eni. P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 12. edição. Campinas, SP: Pontes editores, 2015.

ORLANDI, Eni. P. **Discurso em Análise: Sujeito, Sentido e Ideologia**. 3. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2017.

PÊCHEUX, Michel. Ler o arquivo hoje. *In*: ORLANDI, E. (Org). **Gestos de leitura: da história no discurso**. Campinas, SP: Unicamp, 1994, p. 55-64.

PÊCHEUX, Michel.; FUCHS, Catherine. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas. Tradução de Péricles Cunha. *In*: GADET, Françoise; HAK, Tony (Orgs.). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. 3. ed. Campinas-SP: Unicamp, 1997. p. 163-252.

PÊCHEUX, Michel; ACHARD, P, DAVALLON, J, DURAND J-L e ORLANDI, E.P. **Papel da memória**. Tradução e introdução de José Horta Nunes. Campinas, SP: Pontes, 1999.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Tradução de Eni P. Orlandi. 4. ed. Campinas, São Paulo: Pontes editores, 2006.

PÊCHEUX, Michel. [1975]. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. – 4. ed., Campinas: Editora da UNICAMP, 2009.

PLATÃO, F. S.; FIORIN, J. L. **Para entender o texto: leitura e redação**. 7. ed. São Paulo: Editora Ática, 1993.

SOARES, Thiago Barbosa. **Discursos do sucesso: a produção de sujeitos e sentidos do sucesso no Brasil contemporâneo**. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos - SP, 2015.

SOARES, Thiago Barbosa. **Vozes do Sucesso: Uma Análise dos Discursos sobre os Vícios e Virtudes da Voz na Mídia Brasileira Contemporânea**. Tese (Doutorado em Linguística) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, SP, 2018a.

SOARES, Thiago Barbosa. Sucesso: discursos contemporâneos de capitalização dos sujeitos. *In*: SOARES, T. B. (org.). **Múltiplas Perspectivas em análise do discurso: Objetos variados**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2018b.

SOARES, Thiago Barbosa. UMA NOÇÃO COM DOIS FUNDADORES: formação discursiva. Capim Dourado: **Diálogos em Extensão**, v. 1, n. 2, p. 45-64, 2018b. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/capim-dourado/article/view/5352>. Acesso em: 06 fev. 2021.

VAN DIJK, T. **Discurso e poder**. São Paulo: Contexto, 2008.

VIZEU, Alfredo. A produção de sentidos no jornalismo: da teoria da enunciação à enunciação jornalística. **Revista Eletrônica Temática**, João Pessoa, ano III, n. 3, p. 1-10, abr. 2007. Disponível em: <https://www.insite.pro.br/2007/10.pdf>. Acesso em: 6 jun. 2021.

MEMÓRIA DO 11 DE SETEMBRO EM ÉPOCA DA NOVA HISTÓRIA

Sthefan Bravin Ponche
Universidade Federal do Tocantins
Jacqueline Pilger Effgen
Instituto Federal do Tocantins

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Apresentar por meio da Análise do Discurso de linha francesa, doravante AD, como a *mídia impressa*²² brasileira, mais especificamente a *Revista Época*, vale-se dos elementos discursivos *História e Memória* no gênero textual capa de revista para estabelecer nuances alimentadas pelo capital internacional cuja temática é/foi o atentado às torres gêmeas em 11 de setembro de 2001 é o propósito dessa pesquisa.

Em outras palavras, o estudo volta as atenções para a Análise do Discurso francesa e para o gênero capa de revista de duas edições da *Revista Época* a fim de comprovar a regularidade da temática – *Época* Edição Extra de 12 de Setembro de 2001, ano IV, editora Globo e da edição de 5 de setembro de 2011, ISSN 14156494 - cujos elementos discursivos *História e Memória* se fazem presentes nos *corpora*. Ademais, o aparato teórico-metodológico do filósofo francês Michel Foucault ancora o estudo, devido ao terreno fecundo que a AD proporciona, em meio as produções desenvolvidas pelo autor. Ou seja, ter-se-á em setembro de 2021 a segunda década do significativo ataque que as Américas registraram na modernidade; por conseguinte, o panorama histórico, a memória coletiva da nação mais poderosa do mundo e o capital internacional surgem como componentes de análise para esse estudo.

Neste ínterim, o objetivo desse trabalho vislumbra também como o capital financeiro internacional, por meio da mídia, vale-se da regularidade do acontecimento histórico para dele se alimentar através da *História* e do que permeia a *Memória* do povo estadunidense. Seria uma espécie de “autoflagelo”

²² Ainda que desde o dia 28 de maio de 2021 a *Revista Época* tenha sido incorporada ao site de notícias o GLOBO, e tenha cessado sua publicação impressa, esta pesquisa há de considerar o termo *mídia impressa* como elemento real da história comunicativa brasileira e também como respeito ao que este periódico serviu as ciências da linguagem – a Linguística em especial - como elemento norteador de pesquisas como esta que por hora se apresenta. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/grupo-globo-decide-acabar-com-revista-epoca/> Acesso em: 13 jun. 2021.

que a mídia realiza em prol do lucro. A quem interessa ir à *História* e reavivar a *Memória* de um povo quanto a essa catástrofe?

O estudo se justifica por seguir a ruptura linear em que a história foi contada em sua maior parte no século XX pela grande mídia a fim de não permitir a reflexão libertadora; tendo, assim, o foco na “Nova História que é a história escrita como uma reação deliberada contra o ‘paradigma’ tradicional, aquele termo útil, embora impreciso, posto em circulação pelo historiador de ciência americano Thomas Kuhn” (BURKE, 1992, p. 2, aspas do autor).

Ante isso, tem-se no trabalho a convergência, ou melhor, uma singularidade nostálgica por ser a Análise do Discurso, assim como a *Nova História* oriundos da França e a importância de trazer à baila reflexões que Foucault deixa para o século XXI e seguintes ao que tange aos elementos discursivos, entre outros, *História e Memória*, nos *corpora* em tela.

REFERENCIAL TEÓRICO

Inicia-se o arcabouço teórico com o seguinte ensinamento de Maria do Rosário Gregolin acerca do pensamento foucaultiano sobre a (*Nova*) *História*, vide:

A obra de Foucault estabelece uma profunda relação crítica com a História, a partir de Nietzsche e das teses da chamada “Nova História”. Desde os primeiros trabalhos, seu objetivo foi colocar em questão os métodos, os limites, os temas próprios da História tradicional, criticando o fato de ela voltar sua atenção para os longos períodos e acentuar a alternância entre equilíbrios, regulação e continuidades, apagando, assim, a dispersão, os acidentes, a descontinuidade. A partir de Nietzsche, Foucault (1971) propõe uma história *genealógica*, que problematiza o passado a fim de desvelar suas camadas arqueológicas e se volta para uma aguda crítica do presente (GREGOLIN, 2004, p. 19).

Ou seja, Foucault, consoante exposto, faz severas críticas à linearidade irreflexiva da história até então apresentada e das limitações encontradas em que não se retirava todo o substrato necessário do terreno “passado” em prol do presente. Isso pode ser constatado em *A Arqueologia do Saber* ao referenciar a história das ideias, visto que “A história das ideias é, então, a disciplina dos começos e dos fins, a descrição das continuidades obscuras e dos

retornos, a reconstituição dos desenvolvimentos na forma linear da história (FOUCAULT, 2017, p. 168).

Foucault foi pontual na quebra da linearidade com que a história se apresentava. Em outras palavras, pode-se dizer que “a história de Foucault rompe com os quadros clássicos de análise para privilegiar as práticas e a vivência dos dominados, com isso, fazendo aparecer conteúdos históricos mascarados em sistematizações formais” (BERT, 2013, p. 180). Por isso não se pode perder o olhar quanto à essência do que a AD francesa traz em seu bojo; pois ela é composta e considerada um ramo entremeios da Linguística, da Psicanálise e da *História*. Certo de que essa concepção está mais atrelada aos postulados pecheuxianos nos estudos introdutórios, entretanto não se pode deixar de ressaltar que a *História* é como um pêndulo de relógio em que o movimento dele tem de um lado a linguística e do outro a psicanálise. Essa seria a interpretação mais sensível por um lado e mais perene pelo outro. Sensível no aproximar da linguística e perene ao triscar na psicanálise.

Assim, tem-se necessidade de uma *Nova História*, cuja solidez é encontrada na ruptura dos elementos existentes até então do movimento positivista francês.

Essa nova História tem como princípio a problematização do objeto que tradicionalmente foi a matéria prima do historiador: o *documento* que, como voz distante reconstitui o passado, reduzindo-o a um *silêncio decifrável*. Desse modo, o texto histórico é tradicionalmente definido como um tipo de narração interessada em reconstruir o “real” a partir da análise documental do contexto - o “meio histórico”. Essa concepção tradicional de História evidencia o velho sonho do historiador positivista, que era assistir passivamente à produção “objetiva” da história pelos documentos (Le Goff, 1990, p.50). Sempre foi na base dessa “objetividade” que se caracterizou e distinguiu o discurso histórico. No entanto, a concretude e a acessibilidade do contexto histórico são ilusórias, pois os milhares de documentos históricos são lidos e interpretados pelo olhar dos historiadores (LE GOFF, 1990 *apud* GREGOLIN, 2004, p. 22).

Vale ressaltar que esse pensamento advindo da crítica foucaultiana; ou seja, a história tradicional extraída de textos em que os historiadores tinham acesso representa para o filósofo a fragilidade dos marginalizados os quais não tinham acesso à educação. Leitura é possível, em sua maior parte, aos que frequentam à escola. Em outras palavras, não se tinha a história sendo alcançada

pelos analfabetos. Realidade ainda patente atualmente da nação brasileira. “Se a História vive só de documentos escritos, vai viver só de quem é alfabetizado, logo, os hegemônicos. Até hoje, nem todos são alfabetizados, imaginem antes” (BACCEGA, 2015, p.125). Não menos diferente acontece com a mídia impressa.

Isso é tão verdade que Michel Foucault de maneira pontual descreve o discurso da história tradicional como discurso da classe soberana, um discurso elitizado; quando não inacessível. Ponto em que a *Nova História* vai de encontro, pois “O discurso histórico não vai ser mais o discurso da soberania, nem sequer da raça, mas [será] o discurso das raças, do enfrentamento das raças, da luta das raças através das nações e das leis” (FOUCAULT, 2010, p. 58).

Outrossim, “A História tradicional, em sua linearidade, é uma forma de proteger a soberania do sujeito e as figuras gêmeas da antropologia e do humanismo” (GREGOLIN, 2004, p. 21). É exatamente esse o ponto nodal da pesquisa, uma vez que o sujeito *Época* protege-se na soberania do aparelhamento ideológico quando se vale de elementos implícitos, no gênero capa de revista, para discorrer a *História* não de uma forma combativa aos interesses reais de uma nação; mas, sim, de interesses mercadológicos ditados pelo mercado financeiro internacional.

“O espectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio, o produto prescreve toda reação: não por sua estrutura temática – que desmorona na medida em que exige o pensamento -, mas através de sinais” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p.113). E nesse ínterim, a soberania midiática se faz presente por meio da *História*. Porque existe uma necessidade pontual de se contar a história da forma que lhe seja economicamente interessante. A mídia visa ao lucro, que por meio de uma teia deve ser guiado pelos ditames da mídia internacional, que por sua vez é um dos tentáculos do capital financeiro internacional.

Faz-se necessário abordar a origem do sujeito *Época* que por meio de:

Victor Civita, filho de imigrantes italianos na América, veio para o Brasil e criou um império editorial no ramo de revistas. Assim como criou a *Veja*, em 1968, e suportou os prejuízos nos primeiros dez anos, fechou a revista *Realidade*, em 1976, que circulava com quinhentos mil (500.000) exemplares, e cobria todos os seus custos, não apresentando reveses. Depois disso vieram *Isto é*, *Isto é Senhor*, *Afinal* e *Época*²³, que

²³ A revista *Época* é a tentativa da Editora Globo, da Família Marinho, de se inserir no mercado editorial de revistas, lacuna existente até então, no império de Roberto Marinho e seus descendentes, que estava

marca o ingresso das Organizações Globo no mercado editorial brasileiro das revistas semanais de interesse geral (informação) (BAPTISTA; ABREU, 2021, grifo nosso).

Observa-se que o sujeito *Época* surge na intencionalidade objetiva do lucro por meio da conquista do mercado editorial brasileiro, ponto de intersecção com outros editoriais lançados pelas Organizações Globo. Ou seja, o aparelho ideológico *mídia impressa* ganha um corpanzil a partir da segunda metade do século XX no Brasil por meio de uma aparente diversidade ideológica, porém todas orbitam em prol do capital; a informação, que é o que o público pensa estar consumindo de maneira imparcial, é tratada em sua minúcia para que o leitor não tenha oportunidade de pensar por si só.

O gênero do discurso capa de revista é considerado um trabalho realizado por várias mãos em que se tem uma composição heterogênea e atinge o verbal e não-verbal. Vide:

Não é por caso que capas de grandes periódicos são tidas há algum tempo como objeto de estudo por diversas áreas do conhecimento, especialmente pela Análise do Discurso (AD). Proveniente de um trabalho de quilate imensurável, podendo ser considerado um gênero secundário de discurso, pois comporta equipes de profissionais de diversas áreas do conhecimento, tais como: diagramadores, fotógrafos, jornalistas, redatores, revisores, arte finalistas, comunicadores; enfim, equipe que tem em várias mãos o intento de transmitir por meio da linguagem verbal e não-verbal uma ideologia atravessada pelo componente história, cujo resultado imediato dessa produção deixa o analista do discurso em um terreno fecundo de análise (ALMEIDA; XAVIER; OLIVEIRA, 2016, p. 20). “[...]Evidentemente, cada campo de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, os quais denominamos gêneros do discurso” (BAKHTIN, 2003 *apud* SILVA, 2013, p. 58). Ressalta-se que a classificação do gênero do discurso aqui empreendida é um trabalho originário de Bakhtin/Volóshinov e seu círculo, em que não se pode eximir de atribuir o mérito escolástico empreendido (PONCHE; EFFGEN, 2021, p.157).

focado nos jornais, na rede de Televisão bem como na de Rádios AM e FM. (N. da A.) (BAPTISTA; ABREU, Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/baptista-iria-abreu-karen-a-historia-das-revistas-no-brasil.pdf>>. Acesso em: 11 de jun. de 2021, grifo nosso).

Ou seja, o gênero capa de revista é a porta de entrada, ou mesmo, o charmariz para aquele leitor passivo de informação cuja reflexão está consoante ao modelo anterior à *Nova História*. “A *Nova História* se propõe como tarefa fundamental não interpretar os documentos, extraindo uma suposta veracidade intrínseca a eles, mas ‘trabalhá-los desde o interior, elaborá-los’, como será afirmado em *A Arqueologia do saber*” (RAGO, 1995, p.78). Não menos diferente é a AD francesa.

A Análise do Discurso, assim, “interroga a Linguística pela historicidade [...], questiona o Materialismo perguntando pelo simbólico e demarca a Psicanálise pelo modo como, considerando a historicidade [...]” (ORLANDI, 2020, p. 18), trabalhando a ideologia relacionada ao inconsciente sem ser absorvida por ele. Isso quer dizer que são três âmbitos do conhecimento que o analista do discurso pode operar para extrair a composição reflexiva diante da problemática a qual se depara.

Outro ponto que não se pode deixar de asseverar é o quanto um acontecimento social pode mudar um discurso, ou até mesmo silenciá-lo. A história norte americana teve seu discurso, quanto à segurança nacional, repensado depois do atentado de 11 de setembro de 2001. Pois “Uma situação social muda ao mesmo tempo o modo de trabalhar e o tipo de discurso. Isto é um ‘bem’ ou um ‘mal’? Antes de mais nada é um fato, que se detecta por toda parte, mesmo onde é silenciado” (CERTEAU, 1982, p. 65).

Passemos ao entendimento do que é a *Memória (Discursiva)*. Diferentemente da História, a *Memória* não necessariamente deve ser vivida para que se constitua como elemento do discurso. Tem-se a possibilidade de se constituir a *Memória* de um povo sem que seja tipificada, assim como uma tribo indígena pode fazê-la. Transmitir valores os quais uma dada comunidade deve seguir ou mesmo se identificar para que haja um posicionamento ideologicamente unísono numa dada circunscrição. Ou mesmo a memória pode ser apagada, esquecida ou não aceita por uma dada comunidade. Mas isso até que a mídia descubra o valor mercadológico de um dado acontecimento para que possa dele obter o lucro.

Mas a *Memória (Discursiva)* a qual fazemos jus neste estudo, pode ser melhor entendida pela seguinte definição:

Memória discursiva: espaço de memória como condição do funcionamento discursivo constitui um corpo-sócio-histórico-cultural. Os discursos exprimem uma memória coletiva na qual os sujeitos estão inscritos. Trata-se de acontecimentos exteriores e anteriores ao texto, e

de uma interdiscursividade, refletindo materialidades que intervêm na sua construção (FERNANDES, 2005, p. 46).

A memória é seletiva até mesmo quanto aos aspectos constitutivos socialmente. Pois o funcionamento discursivo para um dado corpo sócio-histórico-ideológico é avaliado pelos sujeitos nele inscrito. Isso fica patente quando se inicia a aproximação da data do 11 de setembro de 2001. Por mais que a população estadunidense não queira que a memória seja ativada, o lucro estará irrequieto. Seletivamente a temática terrorismo será, no mínimo, suscitada a ter destaque na mídia e a memória reavivada, pois guerra gera lucro, ainda que pela e para a mídia.

Para corroborar de maneira ainda mais contundente Courtine apre-
goa que:

[...]A noção de memória discursiva diz respeito à existência histórica do interior de práticas discursivas regradas por aparelhos ideológicos; ela visa o que Foucault (1971, p. 24) levanta a propósito dos textos religiosos, jurídicos, literários, científicos, “discursos que originam um certo número de novos atos, de palavras que os retomam, os transformam ou falam deles, enfim, os discursos que indefinidamente, para além de sua formulação, são ditos, permanecem ditos e estão ainda a dizer (COURTINE, 2014, p. 106).

Courtine traz a memória discursiva em meio as práticas discursivas as quais são arregimentadas por aparelhos ideológicos tal como o estudo demonstra através do sujeito *Época*. Ou seja, esse aparelho ideológico vale-se de uma memória discursiva a fim de assegurar a manutenção do capital e da relação de poder que os aparelhos ideológicos detêm na manipulação das massas. Outrossim, o autor afirma que existem discursos que são postos para além do que eles dizem, do que permanecem ditos e que ainda estão a dizer. Esta última consideração – *que ainda estão a dizer* – encaixa-se na temática aqui escolhida nos *corpora*, porque o atentado do 11 de setembro ainda tem muito para dizer ao longo da história e da memória de um povo que nunca tinha sofrido ataques em seu solo. A partir daí discursos dessa temática sempre serão reconstruídos, lembrados e, talvez, silenciados.

E quanto ao silêncio Eni Orlandi (2007, p. 153) ensina “Porque o sentido não é um, é muitos. Isso está dito na análise de discurso na definição do dizível pelo conjunto de diferentes formações discursivas que se põem em jogo em cada gesto do dizer”. Ou seja, a depender do sentido que se propõe a temática, o melhor, talvez, seja o silêncio.

DA ANÁLISE

“Para a AD, é consensual que um discurso não circula em qualquer lugar, que não toma livremente uma forma genérica qualquer e que não pode ser interpretado de qualquer maneira por qualquer um” (POSSENTI, 2009, p.11); é aí que entra a figura do analista do discurso, o qual por meio de uma tarefa primorosa em harmonizar três ramos do conhecimento – Linguística, História e Psicanálise – e projetar a descrição e a interpretação do que está dito ou escrito, mas não entendido por todos.

Ante ao verbal e do não-verbal disposto pelo gênero capa de revista, parte-se desse para aquele. Os *corpora* aqui analisados têm a argumentação por comparação como baldrame.



Figura 01: Revista Época, 12 de setembro de 2001²⁴

Pessoas correndo pelas ruas de Nova York sem direção; atordoadas pela imensidão de poeira que descoloriu o céu azul passando ao tom cinza - *falta de vivacidade, ausência de emoção* - advindo da poeira do desmoronamento das duas torres. A nuvem de destroços toma proporções maiores do que os arranha-céus que estão no enquadramento da fotografia, demonstrando a magnitude do desastre.

²⁴ Fonte: <https://epoca.oglobo.globo.com/tempo/noticia/2013/06/capas-de-epoca.html>

Na multidão que procura se afastar do epicentro colapsado algumas ganham destaque. À esquerda da imagem, destaca-se uma mulher de camisa branca cuja característica genética remete aos povos orientais; assim como, mais ao centro, há um senhor de camisa azul e gravata cinza com biótipo de indiano; e à direita o senhor de camisa branca expressa a identidade do povo europeu o qual povoou grande parte da América do Norte. Aspecto que pode conduzir o pensamento do leitor ao raciocínio da miscigenação e da diversidade cultural que *Nova Iorque*, por ser a capital econômica dos Estados Unidos, detém.

Diante desse quadro de pânico retratado pelo não-verbal, não se poderia esperar do verbal outra “entonação”; ou seja, o lexema *HORROR* em vermelho como título indica pânico e a carnificina gerada pelo ataque terrorista. “E, finalmente, entra a história, a produção de acontecimentos que significam na maneira como cores como o negro está relacionado ao fascismo, à direita, e o vermelho ao comunismo, à esquerda, segundo um imaginário que afeta os sujeitos em suas posições políticas” (ORLANDI, 2020, p.29).

O locativo *Nova Iorque* demonstra que o centro das relações comerciais dos EUA estava sendo afetado. Em especial a bolsa de valores seria atingida literalmente. Um abalo à economia do país, pois sem segurança escolas não funcionam, o comércio não abre, as pessoas não saem de casa; logo, a economia nova iorquina, em meio ao efeito cascata, afetaria toda a nação norte americana. Um país em que a segurança nacional fica evidenciada, investidores não arriscam suas economias.

“Cinco terroristas embarcaram no voo AA-11 no aeroporto de Logan, em Boston (MA) entre as 6h45 e 7h40. A aeronave (um Boeing 767) decolou com 76 passageiros, 11 tripulantes e 5 sequestradores a bordo”²⁵. O poder financeiro (inter)nacional ruía em 11 de setembro de 2001, pelo voo 11 da América Airlines, o qual tinha 11 tripulantes, 76 passageiros, sendo 5 deles terroristas. Ainda que as coincidências numéricas sejam objetos de estudo para os numerólogos, matemáticos, estatísticos...; ao que indicam são mais do que isso. Seriam tão extraordinários quanto à tarja vermelha de indicação à direita da capa para aquela edição, pois o número 11, sem muito esforço intelectual, representa o primeiro “número gêmeo” dispostos pela unidade e pela dezena. Analogamente, o primeiro atentado em solo estadunidense seria a torre gêmea e deixaria quase 3.000 mortos.

Quanto ao nome *Época* mais à esquerda da capa, também em vermelho, em que a vogal “o” é substituída pelo globo terrestre, provocam-se efeitos de

²⁵ Disponível em: <http://g1.globo.com/11-de-setembro/noticia/2011/08/restituicao-do-voo-aa-11.html> . Acesso em: 15 de jun. de 2021

sentido da seguinte ordem: o lexema *Época* transmite a ideia de temporalidade, de *História*. Quanto ao globo terrestre, percebe-se que suas reportagens são também de cunho internacional, assim como agrega a marca do sujeito ideológico *Editora Globo*. Subliminarmente, a logomarca atrela as identidades do sujeito *histórico-ideológico* personificado no editorial.

Nesse sentido, é interessante observar-se que a **ideologia** não é, como se sabe, necessidade conjunta. Assim, a singularidade não é um efeito da vontade do **sujeito**, ela resulta do modo singular que a ideologia o afeta. São essas as determinações a que nos referimos quando falamos que a relação com o sentido é mais indireta e mais determinada (pela história, pela ideologia) (ORLANDI, 2007, p. 100, grifo nosso).

Essa relação conjunta que a ideologia do sujeito *Época* faz com a *História* sobre a temática terrorismo é tão verdade que após o 11 de setembro, ao completar uma década do acontecido foi inevitável uma nova matéria de capa sobre o atentado. A regularidade de um acontecimento faz ressurgir formulações anteriores, o que marca a presença da *memória* em um acontecimento análogo, ou na contagem temporal pelo calendário gregoriano aqui no ocidente.

O ressurgimento dessa formulação, quarenta anos mais tarde, chama a atenção para o fato de que toda a produção discursiva que se efetua nas condições determinadas de uma conjuntura movimenta – *faz circular* – formulações anteriores, já enunciadas: interpretamos assim a “manifestação discursiva” desse grupo de fundamentalistas, vindo romper por meio da lembrança de uma fórmula o ritual que preside à enunciação de um discurso político, como um efeito de *memória* na atualidade de um acontecimento, sob a forma de um retorno da contradição nas formas do diálogo (CORTINE, 2014, p.104).

Cabe ressaltar que a manifestação discursiva de um ato terrorista como o 11 de setembro expressa a “polaridade memorial” de povos que são arquirrivais pelo condão da *História*. Isto é, a comunidade nova iorquina será tida pela mídia ocidental como vítima de um “exército” de 19 homens fundamentalistas que covardemente fizeram milhares de vidas inocentes; entretanto, a população afegã poderá lembrar desta data sobre outro prisma. A data pode ser encarada como um ato heroico em que 19 homens demonstraram a fragilidade do maior e mais atuante exército do mundo, aquele que mais guerreou durante os últimos 200 anos.

A grande mídia, certamente, há de silenciar uma das versões, mais provável a segunda. E há de lucrar com a primeira, pois essa é a lógica do capital.

Ao longo desses quase 200 anos, nós, os Estados Unidos, expulsamos ou exterminamos a população nativa – muitos milhões de pessoas –, conquistamos metade do México, provocamos depredações por toda a região, no Caribe e na América Central – às vezes mais longe ainda – e conquistamos o Havá e as Filipinas (matando mais de 100 mil filipinos no processo). Desde a Segunda Guerra, o país estendeu seu alcance ao redor do mundo de maneiras que não preciso descrever. Mas sempre envolveram matar alguém. Sempre envolveram lutar em algum outro lugar. Sempre foram outros os massacrados. Nunca aqui. Nunca o território nacional (CHOMSKY, 2002, p.9).

Sabe-se que não se justificam erros causando outros. Mas na guerra ninguém acerta, ainda que sejam alvos. E a ciranda continua. A indústria bélica é um tentáculo do capital. Armas devem ser melhoradas, aperfeiçoadas. Nas últimas décadas, as armas advêm dos laboratórios bioquímicos e também do choque de aeronaves contra edifícios humanizados, bem parecido com os Kamikazes na Segunda Grande Guerra. Em síntese, está-se diante do biopoder apregoado por Foucault o qual “é o poder sobre a *bios* ou a vida, e as vidas podem ser administradas tanto na esfera individual quanto na de grupo” (TAYLOR, 2018, p. 62).



Figura 02: Época, 25 de julho de 2011²⁶

²⁶ Fonte: <https://epoca.oglobo.globo.com/tempo/noticia/2013/06/capas-de-epoca.html>

Então, dez anos depois, como prova de que a regularidade temática é uma das variáveis que move o lucro para a grande mídia, tem-se a *memória* dos nova iorquinos sendo explorada em prol da benesse. E o silenciamento do oriente ecoa na mídia ocidental, pois não gera lucro e não pode circular em qualquer lugar.

Nessa edição, o verbal demonstra uma expressividade mais apurada que a descrita na figura 01. A formatação visual passou por pequenas modificações. No topo da capa acrescentou-se uma tarja preta com figuras e “subtítulos” das reportagens secundárias – Olimpíada, Alimentação e Ministério. Entretanto, o tom fúnebre, lutuoso, não pode ser descartado. O logotipo da revista não teve alteração.

O céu limpo e azulado demonstra a vivacidade de uma nova década. A fotografia foi retirada do plano horizontal em que o enquadramento procura mostrar a “selva de pedra” do centro econômico da megalópole americana. Quanto à projeção da imagem de reconstrução das torres gêmeas, é-se demonstrado que os Estados Unidos são fortes o suficiente ao ponto de reconstruir não apenas os prédios, mas também a simbologia econômica que as torres representavam para o mundo. A imponente arquitetura.

Quanto ao verbal tem-se: “*Dez anos depois a reconstrução da vida em Nova York, o abalo no poder americano e as marcas deixadas em todo o mundo pelo maior atentado terrorista da história*”. Na primeira estrutura, a qual afirma que após dez anos do atentado houve a reconstrução da vida em Nova Iorque, percebe-se uma incoerência ainda que o sentido metafórico esteja evidente. Uma vez que o não-verbal demonstra a reconstrução de um dos símbolos de imponente do capitalismo que são as torres. A destruição de vidas não permite reconstrução. Edificações sim. “A nova história se propõe como tarefa fundamental não interpretar os documentos, extraindo uma suposta veracidade intrínseca a eles, mas ‘trabalhá-los desde o interior, elaborá-los’, como será afirmado em *A arqueologia do saber* (RAGO, 1995, p. 77).

Ou seja, a AD não tem a obrigação de interpretar documentos e deles extrair uma suposta verdade, assim como a *Nova História*. A AD não descreve e nem interpreta o impreciso. Ela analisa os discursos quanto práticas seguidoras de regramentos sócio-histórico-ideológico. Para Foucault isso pode ser entendido da seguinte forma: “A arqueologia busca definir não os pensamentos, as representações, as imagens, os temas, as obsessões que se ocultam ou se manifestam nos discursos, *mas os próprios discursos*, enquanto práticas que obedecem a regras” (FOUCAULT, 2017, p. 169, grifo nosso).

Ressalta-se o *abalo no poder econômico* enseja na presença do elemento *interdiscurso* de maneira contundente, pois “A memória, por sua vez, tem suas características, quando pensada em relação ao discurso. E, nessa perspectiva, ela é tratada como interdiscurso. *Este é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente*” (ORLANDI, 2020, p.29, itálico nosso). E onde está a memória sendo pensada em relação ao discurso do abalo econômico em meio ao atravessamento histórico americano?

Falar em abalo econômico americano é levar o pensamento à queda e logo após a quebra da bolsa de valores de *Nova Iorque* em 1929. Em outras palavras, o interdiscurso produziu dizeres ambivalentes pela forma que o *Sujeito Época* inferiu o discurso. Pode-se pensar, por exemplo, que depois do 11 de setembro investidores internacionais desacreditaram na segurança nacional para os negócios e, por isso, a economia americana ficou abalada. Outro raciocínio possível seria a economia ter sofrido um abalo oriundo da quantidade de pessoas que necessitavam de transporte aéreo e passaram a optar por outros meios de transporte causando demissões em massa diretamente no setor aeronáutico e indiretamente em vários outros que dele dependiam. Entre outras tantas possibilidades de dizeres que poderiam ser consideradas pelo já dito em um dado momento histórico.

Na última oração - *e as marcas deixadas em todo o mundo pelo maior atentado terrorista da história* - o que faz *Época* afirmar que esse foi o maior ataque terrorista da história? Qual história ela se refere? A do oriente ou do ocidente? Pois deu azo a implícitos e/ou subtendidos.

Teria o 11 de setembro de 2001 deixado marcas maiores que o acontecimento de 6 de agosto de 1945 na cidade de Hiroshima no Japão?

Estima-se que aproximadamente 350 mil pessoas estavam em Hiroshima no momento da explosão da bomba atômica e a cidade de Hiroshima estima que, até dezembro de 1945, 140 mil pessoas morreram (Hiroshima Peace Memorial Museum, 1999). Segundo Thomas e Witts (2012), aproximadamente 80 mil civis morreram instantaneamente ou com feridas letais. Dos 200 médicos atuantes na cidade, 180 morreram. Dos 1.780 enfermeiros, 1.654 morreram e apenas três dos 55 hospitais de Hiroshima puderam atender os feridos pela bomba (NAKAGAWA, 2015, p.249).

Não se está aqui trançando paralelos entre incoerências que as guerras provocaram ao longo da história para medir qual o povo sofreu mais

com guerras pelo mundo. Pelo contrário, a intenção é demonstrar analiticamente que a grande mídia provoca incoerências no imaginário coletivo visando ao capital.

RESULTADOS ALCANÇADOS

A pesquisa, nem de longe, deteve-se à esperança de esgotar o que ainda pode ser explorado por meio da Análise do Discurso francesa quanto à temática ora apresentada, assim como pela riqueza que o gênero capa de periódicos tende a oferecer ao trabalho de análise por mesclar o verbal e não-verbal. Ademais, o trabalho demonstrou em sua maior parte que a mídia impressa, visando ao lucro, apoia-se nos elementos *História e Memória* para angariá-lo. Em meio a regularidade temática, cria-se uma expectativa para que novos estudos sejam realizados neste viés, uma vez que anualmente há uma tensão quando a data memorial se aproxima nos Estados Unidos. Isto quer dizer que a mídia dependendo da forma que dispuser dos elementos discursivos em prol do capital, há de gerar sempre uma nova *jihad*, ou pelo menos uma tensão por reavivar a memória daquele povo.

Por fim, o trabalho espera ter demonstrado analiticamente como a mídia se vale dos elementos *História e Memória* para aliciar a massa e docilizar seus corpos. A *Nova História* foi o antídoto, o componente basilar de reposta emitido por Foucault para romper a linearidade do pensamento e da narrativa encontrada até então em estudos imergidos nas relações de poder, principalmente, na modernidade.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Tradução: Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985. Título Original: *Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente*.

BERT, Jean-François. **Pensar com Michel Foucault**. Tradução: Marcos Marcionilo. – São Paulo, SP: Parábola, 2013. Título Original: *Introduction à Michel Foucault*.

BURKE, Peter. **A Nova História, Seu Passado e Seu Futuro**. Tradução: Magda Lopes - São Paulo: Editora UNESP, 1992.

BACCEGA, Maria Aparecida. A construção do “real” e do “ficcional”. In: Org. FIGARO, Roseli. **Comunicação e Análise do Discurso**. 1. ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015.

BASTITA, Íria; ABREU, Karen. **A história das revistas no Brasil**: um olhar sobre o segmentado mercado editorial. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/baptista-iria-abreu-karen-a-historia-das-revistas-no-brasil.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2021.

CERTEAU, Michel. **A Escrita da história**. Tradução: Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982. Título Original: *L'écriture de l'histoire*.

CHOMSKY, Noam. A nova guerra contra o terror. Palestra feita pelo autor em 18 de outubro de 2001 no **Fórum de Tecnologia e Cultura do Massachusetts Institute of Technology (MIT)**, EUA. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/262612435_A_nova_guerra_contra_o_terror. Acesso em: 16 jun. 2021.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. Tradução coordenada por : Fabiana Komesu. 3. ed. – São Paulo: Contexto, 2020. Título Original: *Dictionnaire d'analyse du discours*.

COURTINE, Jean-Jacques. **Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos**. - São Carlos: EdUFSCAR, 2014.

FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. Tradução: Luiz Felipe Baeta Neves. 8. ed. – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2017. Título Original: *L'Archéologie du Savoir*.

FOUCAULT, Michel. **Michel Foucault em defesa da sociedade**: curso no Collège de France (1975-1976). Tradução: Maria Ermantina Galvão. 2. ed. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010. Título Original: *Il faut défendre la société*.

FERNANDES, Claudiomar Alves. **Análise do Discurso: reflexões introdutórias**. 1ª ed. Goiás: Trilhas Urbanas, 2005.

G1. Resconstituição *do voo AA-11*. g1.globo.com, São Paulo, 28 de set. 2011. Disponível em: <http://g1.globo.com/11-de-setembro/noticia/2011/08/reconstituicao-do-voo-aa-11.html>. Acesso em: 15 jun. 2021.

GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise. Michel Foucault: o discurso nas tramas da História. In: FERNANDES, C.A.; SANTOS, J.B.C. (org). **Análise do Discurso. Unidade e Dispersão**. Uberlândia : Entremeios, 2004, p. 19-42.

NAKAGAWA, Cristiane Izume. **Hiroshima: a catástrofe atômica e suas testemunhas**. DOI: 10.1590 / S0103-40142015000200016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/jSBhHLxr7vqWPhY9sBKjhs/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 17 jun. 2021.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**, 13. ed. Campinas, São Paulo: Pontes Editores, 2020.

ORLANDI, Eni P. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**, 6. ed. Campinas, São Paulo: Editora da Unicamp, 2007.

ORLANDI, Eni P. **Interpretação; autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico**, 5. ed. Campinas, São Paulo: Pontes Editores, 2007.

RAGO, Margareth. **O efeito-Foucault na historiografia brasileira**. Tempo Social; Rev. Sociol. USP, S. Paulo, v. 7, n. 1-2, p. 67-82, outubro de 1995.

PONCHE, Sthefan Bravin; EFFGEN, Jacqueline Pilger. Discurso, mídia e poder: aprisionamento de sentidos e liberdade de André do Rap. In: SOARES, T. B. (Org) **Discursividades Midiáticas: construção e circulação de sentidos**. Iguatu, Ceará: Quipá Editora, 2021. p. 157-174.

POSSENTI, Sírio. **Questões para analistas do discurso**. – São Paulo: Parábola Editorial, 2009

TAYLOR, Chloë. Biopoder. In.: **Michel Foucault: conceitos fundamentais**. Editado por Diana Taylor. Tradução: Fábio Creder. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2018. Título Original: *Michel Foucault: Key Concepts*.

UMA ANÁLISE DA CORPORALIDADE NO ETHOS: O APAGAMENTO DO CORPO DA MULHER NO DISCURSO ECONÔMICO

Paula Ramos Ghiraldelli

Universidade Federal do Tocantins

Thiago Barbosa Soares

Universidade Federal do Tocantins

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Este artigo se propõe a analisar os aspectos relacionados à esterilização da corporalidade feminina na composição do ethos, dentro de sua cena da enunciação, em um anúncio *trueview* da *Empiricus Research*, de 2019, interpretado pela administradora Bettina Rudolph, funcionária da equipe publicitária da empresa. Para tal interpretação, utilizaremos o aparato teórico e metodológico da Análise do Discurso, voltando-nos, sobretudo, para os conceitos de ethos e cena enunciativa.

Nosso objeto consiste na análise de um anúncio publicitário, criado pela *Empiricus Research*, uma empresa de conteúdo financeiro e investimentos na bolsa de valores, que foi exibido originalmente na plataforma de *streaming* de vídeos *Youtube*, em formato *trueview* – um tipo de anúncio curto publicitário, identificado por sua configuração específica: são vídeos que variam entre 30 segundos e 5 minutos e que aparecem durante a exibição dos vídeos selecionados pelos usuários.

O anúncio publicitário é um gênero discursivo midiático, ou seja, está inserido no conjunto de gêneros propagados pelos diversos meios de comunicação. Para atingir o sucesso em si, o anúncio (como gênero publicitário e midiático) se utiliza de um discurso sedutor, com o intuito de convencer um determinado público-alvo a realizar alguma ação. No caso de nosso objeto, a construção desse discurso se dá tanto linguisticamente quanto através de imagens. Em outros termos, é na interseção verbo-visual que se compreende o funcionamento discursivo (BOUCHER e SOARES, 2020).

A comunicação midiática seduz pelo espetáculo, promovendo um encontro entre o imaginário e o real, e a partir disso estipula padrões vigentes nos comportamentos das pessoas (RIBEIRO, 2006 p. 8). Assim, como a mídia atinge e exerce uma influência considerável na vida dos indivíduos

em suas respectivas sociedades, o estudo desse discurso nos auxilia a refletir na maneira através da qual esses padrões são construídos a partir do discurso midiático.

Para analisar o discurso na peça publicitária em questão, os mecanismos que utilizaremos serão os propostos pela Análise do Discurso francesa, à medida que ela tem como preceito à análise das condições de produção do discurso, onde se pode observar a presença de elementos sociais, políticos e culturais que contextualizam o dito e que, ao mesmo tempo, conformam o não-dito (GOMES, 2015, p. 4). Esses elementos são cruciais na formação do sujeito do discurso, e, portanto, na construção de padrões sociais.

Assim, desenvolveremos nosso estudo a partir do conceito do ethos discursivo dentro de sua cena da enunciação. Escolhemos esses conceitos devido ao fato de que a construção do ethos ocorre seguindo estereótipos sociais que caracterizam a sociedade de uma época (MAINGUENEAU, 2004, p. 99) e somente ocorrem a partir de certas condições de produção, ou seja, as cenas enunciativas que lhes constituem.

Esses estereótipos, em textos publicitários e midiáticos servem de maneira a corroborar o discurso midiático e reiterar as razões pelas quais o produto em questão deve ser adquirido (SOARES, 2020). O desenvolvimento desse padrão no anúncio em questão, como iremos descrever e interpretar mais adiante, inclui elementos que denominamos aqui de esterilizadores, e que, juntamente com outros elementos a serem investigados, remetem à discussão sobre o silenciamento do corpo feminino, já que o exame sobre o qual recai nosso objeto é o ethos de uma funcionária da equipe publicitária da empresa.

É essa a discussão que pretendemos promover: como os aspectos esterilizadores e silenciadores da corporalidade feminina se manifestam e se organizam em um estereótipo construído no sentido de promover a venda de um produto. Assim, podemos dizer que a justificativa de nossa análise se dá pela maneira esterilizada que o corpo feminino compõe um ethos, engendrando sentidos dos quais se constituem esse discurso.

Primeiramente, apresentaremos os conceitos que servirão para a análise proposta – as noções de cenas da enunciação e ethos. Em seguida, em nossa análise, falaremos sobre os fatores relacionados à cenografia do objeto (bem como de toda cena enunciativa), por meio da qual, examinaremos a construção da corporalidade feminina desse ethos e como seus elementos esterilizadores se estabelecem e se harmonizam com o discurso publicitário.

APARATO TEÓRICO-METODOLÓGICO

A corporalidade, na qual se centra a discussão aqui proposta, é um dos elementos composicionais do conceito de ethos discursivo estabelecido pela Análise do Discurso. O ethos discursivo corresponde a uma vocalidade remetida a uma fonte enunciativa, a partir de indícios textuais (MAINGUENEAU, 2004, p. 98). Entretanto para se abordar o ethos de integrante de unidades de sentido, é necessário tratar, previamente, da cena de enunciação, na qual e através da qual o ethos se desenvolve.

Como os sentidos são produzidos nas relações entre sujeitos e a língua (ORLANDI, 2007, p. 20), e essas relações se dão tanto no exterior quanto no interior do discurso, verificaremos, sobretudo a conceitualização de cena da enunciação, isto é, as condições de produção de um discurso (PÊCHEUX, 1997; COURTINE, 2014), para, em seguida, descrever o sujeito integrante dessa enunciação, ou seja, o ethos discursivo.

As condições de produção do discurso, observadas através de sua cena, englobam um conjunto de fenômenos, contextos, situações e sentidos que configuram determinados pensamentos sociais através da formação de uma rede de representações. Nessa perspectiva, o que é dito se constrói de maneira a impedir outras possibilidades de dizer, à medida que essas não se constituem coerentes às representações estipuladas por aquele discurso no qual tal dizer se insere.

A cena em que ocorre uma enunciação se subclassifica em outras três cenas que interagem entre si: a cena englobante, a cena genérica e a cenografia (MAINGUENEAU, 2015, p. 117). A cena englobante e a genérica definem o espaço mais ou menos estável no discurso, correspondendo respectivamente, e de maneira sucinta, ao espaço do tipo e o gênero do discurso.

Em específico, a cena englobante é equivalente ao tipo de discurso. Desse modo, tem-se para uma notícia, por exemplo, a cena englobante que é o discurso jornalístico. Ao passo que a cena genérica corresponde aos vários gêneros do discurso com os quais é possível se defrontar na circulação de sentidos. Assim, no discurso político, por exemplo, tem-se a transmissão de rádio, propaganda eleitoral televisiva, panfletos, entre outros integrantes da cena genérica do discurso político.

Todavia, é fundamentalmente por meio da cenografia que ocorre a interação entre as instâncias co-enunciativas. A cenografia se refere à cena específica de um discurso, aos aspectos singulares de um texto, em suas múltiplas manifestações, no quesito de seu espaço discursivo e que não são impostos por

seu gênero. Assim, determinar a cenografia implica em definir os integrantes do processo enunciativo, sintonizados com um conjunto de lugares em um dado momento sócio-histórico.

Assim, considerando-se que discurso é organizado pela sua cena de enunciação a partir de um conjunto de representações (ativadas sociocognitivamente a partir do local em que se insere e do papel social que cada participante compreende possuir), ele presume, em sua materialidade, uma imagem dos participantes nesse processo interativo. Através de tal espessura enunciativa, o enunciador e o co-enunciador se constroem, na textualidade dos sentidos, uma imagem de si, grosso modo, um ethos, que exerce influência sobre seu enunciatário.

Esse ethos, portanto, como pontuaremos mais adiante em nossa análise, relaciona-se com a capacidade de adesão dos sujeitos ao discurso. Assim, a “vocalidade” (a qual o ethos de um texto corresponde), caracteriza o discurso através de um modo específico de enunciação, um “tom”. Esse tom é o que permite ao co-enunciador constituir uma imagem do enunciador, identificando-o como “fiador da fala” (MAINGUENEAU, 2004, p. 98).

A imagem de que falamos não é a do sujeito que enuncia em si, mas parte do sentido que se pretende transmitir, somado à da captura, pelo ouvinte/leitor, do modo da expressão de quem enuncia. Essa interpretação ocorre a partir de elementos históricos e sociais e a formação discursiva em que se inserem. Portanto, o ethos é desenvolvido e assimilado a partir de um padrão de ideias já circulantes, expectativas e julgamentos, relacionando-se a um estereótipo preconcebido socialmente.

O conceito de ethos discursivo não abarca somente aspectos verbais do discurso que caracterizam seu tom, mas também se apoia em aspectos físicos e psíquicos do enunciador, atribuídos no discurso através de representações sociais estereotipadas: “Assim, o ethos é composto por um caráter – um conjunto de traços psicológicos – e uma corporalidade – uma representação do corpo físico do enunciador” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 220) –, que reiteram, confirmam esse estereótipo.

A corporalidade é o ponto-chave de nosso trabalho, já que é observada em interações orais, como é o caso de nosso objeto e, nele, está em evidência também por se tratar de um objeto visual (vídeo). Entretanto, ela ainda pode ser verificada em recursos linguísticos, de maneira a coadunar com seus traços psicológicos, permitindo ao co-enunciador conferir credibilidade ao discurso, e, a partir disso, incorporá-lo a sua manifestação enunciativa.

À medida que ele vê nesse ethos a reprodução de um modelo social existente na sociedade, incorpora uma forma concreta e específica de se inscrever no mundo, “acede a uma maneira de dizer que remete a uma maneira de ser” (MAIGUENEAU, 2004, p. 99-100) e é influenciado por essa concepção. Além disso, essas representações (estereotipadas), encontradas na circulação dos discursos, dizem respeito à ideologia de um dado momento histórico social.

A ideologia “interpela os indivíduos em sujeitos” (ORLANDI, 2001, p. 46-47), é manifestada na materialidade da língua, de modo que seu melhor ponto de observação é o discurso (ORLANDI, 2007, p. 21). Assim, a observação dos estereótipos sociais que se associam na configuração do ethos discursivo, permite a análise das evidências ideológicas que constituem o sujeito e que, portanto, permeiam dada sociedade.

Além disso, a compreensão dos efeitos (de sentido) promovidos pelo discurso, em sua materialidade, se relaciona à compreensão da necessidade da ideologia na constituição de sentido (ORLANDI, 2007). Assim, o discurso materializa o contato entre o ideológico e o linguístico, pois constitui-se no interior da língua. Nesse sentido, é importante observar acerca do silêncio inerente às manifestações linguístico-discursivas.

Segundo Orlandi (2007), o silêncio é fundante, ou seja, é matéria significativa por excelência, à medida que categoriza a linguagem. Assim, todo sentido tem algo a que silencia, um exterior à linguagem. Relativo ao silêncio como fundador tem-se a política do silêncio, que dá ao silêncio uma dimensão política, à medida que este recorta o dizer, já que o silenciamento aparece como uma forma não de calar, mas de fazer dizer uma outra coisa (ORLANDI, 2007, p. 53-54). Assim, as manifestações ideológicas de um discurso ocorrem pelo que se é dito, mas também pelo que é calado, como veremos em nosso objeto na seção de análise.

Tendo em visto esse breve recenseamento de nosso aparato teórico, na seção subsequente, faremos a análise do objeto proposto, verificando os aspectos esterilizadores utilizados na construção do ethos feminino desse objeto, delimitada por sua cena enunciativa, e como tais aspectos se relacionam a uma dada ideologia de uma determinada época, promovendo uma discussão sobre como o estereótipo social feminino é disseminado no discurso econômico-midiático. Este que desempenha um grande papel na sociedade, porquanto “mais do que intervir e informar, a mídia gerencia os discursos circulantes ao ponto de se tornar uma espécie de reguladora dos discursos” (SOARES, 2022, p. 37).

BETTINA: O CORPO FEMININO NO DISCURSO ECONÔMICO DA EMPIRICUS

A cena da enunciação no anúncio da Empiricus pode ser classificada de três formas, de acordo com as subdivisões conceituais de cena: considerando a sua tipologia, seu gênero e sua cenografia. Assim, o vídeo pertence a tipologia do discurso publicitário: é uma publicidade de um produto (e uma ideia), para um público-alvo, encaixando-se no gênero anúncio em molde *trueview*.

No que diz respeito ao gênero, em nosso discurso, é importante dizer que o produto que o anunciante quer vender não está explícito: ele se mistura com o clique no “botão azul”. O clique permite acesso ao conteúdo financeiro da empresa, o verdadeiro produto. É importante, portanto, manter o público interessado no anúncio para que queira acessar e possa se tornar, posteriormente, um cliente.

Para tal, observava-se a criação de um mistério, sobre quem é essa enunciativa e sobre o que tratará, de modo a estimular a curiosidade do espectador, e prendê-lo além dos cinco segundos iniciais. Além disso, a enunciativa cria elementos, como um pedido de desculpa (pela agressividade em que o *trueview* aparece para o usuário) e a quebra da quarta parede (à medida que ela conversa diretamente com o espectador) que estabelecem aproximação com o público e amenizam as características desse gênero.

A própria cenografia camufla o real intuito do gênero, pois é configurada de uma maneira própria, à medida que o vídeo assume um modelo de relato pessoal sobre como a experiência da própria enunciativa pode se aplicar a qualquer pessoa que tenha interesse em atingir o sucesso financeiro, como em uma introdução de uma palestra, ou aula, que ensina investimentos.

Em seu relato, Bettina Rudolph conta que ficou milionária a partir de uma aplicação de 1.520 reais na Bolsa de Valores, e afirma que qualquer pessoa poderá ter o mesmo rendimento se seguir os mesmos passos. A afirmação da enunciativa se dá no sentido de convencer o usuário que todos poderiam alcançar o sucesso financeiro, se assim o quisessem, não deixando espaço para dúvidas.

O aviso da possibilidade de as coisas não serem como ela indica se dá de forma curta e em tom mais baixo, em uma frase sintética: “isso vale para as perdas também.” Dessa maneira, os dizeres de Bettina ignoram o contexto histórico e social dos sujeitos contrários às estatísticas, através das quais se observa que somente uma parcela já privilegiada da sociedade atinge tal sucesso.

Ela inclusive ironiza e desqualifica o argumento estatístico, ao gesticular aspas para dizer a expressão “fora da curva”.

Ao dizer que a “maioria das pessoas vai pular o anúncio e continuar se chocando com histórias fora da curva”, ela estabelece um sentido não dito explicitamente: a maioria das pessoas não atinge o sucesso exatamente porque elas acreditam e se conformam com o que diz as estatísticas, ou seja, não existe nelas a vontade da mudança, o mérito, tão valorizado pelo discurso meritocrático e embutido ao discurso econômico da enunciadora (SOARES, 2018).

Ela não diz com todas as palavras, mas o sentido de seu discurso caminha na direção de promover uma inversão de valores: os casos de sucesso não são raras anomalias, frutos de privilégios, mas pode ser comum se todas as pessoas seguirem dicas de investimento, no caso, as dela. Essa inversão, essa maneira argumentativa que carrega consigo uma sutileza na apresentação do tema, tem um intuito de silenciar (ORLANDI, 2007) a temática do privilégio e construir um sentido próprio a partir desse silenciamento.

Ela não toca no termo “privilégio social”, mesmo que para desqualificá-lo, à medida que ele suscitaria uma outra linha argumentativa, aquela sobre o fato que apenas uma pequena parcela da sociedade que já é avantajada economicamente pode dispor de um valor acima do valor do salário-mínimo para investir. Esse caminho, esse sentido, não seria o ideal para a enunciadora atingir seu objetivo e vender o produto, e então, ele é silenciado.

Para reiterar um outro silenciamento, também lhe são atribuídas características que demarcam seu caráter, elementos psicológicos, desenvolvidos através de marcas linguísticas, como o uso da norma culta padrão associada à linguagem informal, além da presença de expressões do mercado financeiro, como a expressão “fora da curva, remetendo aos gráficos estatísticos.

O uso da norma padrão coloca Bettina como representante das camadas mais elevadas da sociedade, mais instruídas, e, portanto, de maior “sucesso financeiros” (BOUCHER, 2021, p. 119). Os elementos relativos à norma padrão se combinam com elementos informais, como a eloquência, de modo a estabelecer diálogo com o público, promovendo a incorporação do discurso pelo mesmo, demonstrando que pessoas de sucesso também são pessoas comuns.

Ela seria, dessa maneira, a ponte entre as pessoas comuns e o sucesso, alguém que está em ambos os patamares, e, portanto, seu feito é possível também para quem deseja. Além disso, o uso de expressões de mercado qualifica a enunciadora dentro do estereótipo proposto, e ao serem associadas, no

discurso, à gesticulação de aspas, aproximam o público de maneira a contribuir para a incorporação do discurso.

As aspas indicam que Bettina sabe o local em que a expressão é originalmente veiculada, e tem o sentido de acessibilizar o discurso do mercado, de modo que fazer parte desse universo seria tão fácil, acessível, quanto a incorporar, numa fala, uma terminologia. No caso, clicar no botão azul, que permite assistir aos vídeos da Empiricus, confere esse poder.

As marcas linguísticas que evocam um certo caráter a esse ethos se associam (com) e trazem coerência ao tom da anunciadora, um tom calmo (com a fala pausada), seguro, didático, polido e simples, sem linguagem verbal elaborada, que demonstra a segurança da mesma sobre o que diz. Esse tom qualifica a enunciativa como autoridade no assunto; que passa por uma legitimidade de saber-fazer e uma potência de poder-fazer (CHARAUDEAU, 2016), alguém que vale a pena ser ouvido e seguir suas sugestões quando se trata de investimentos no mercado financeiro.

Inclusive, a advertência única sobre a probabilidade de erros em seu passo-a-passo sobre investimentos, a qual já citamos, é dada de maneira extremamente breve, e com alteração no seu tom de fala. A frase curta “isso vale para as perdas também”, dita em um tom mais baixo e menos enfático, mas sem variação, ocorrem no sentido de demonstrar que não se trata de uma propagando enganosa, já que ela avisa sobre a questão de existir probabilidade de falha. Entretanto, ela encerra logo a esse respeito, e observa-se então, novamente o silêncio fazendo sentido (ORLANDI, 2007).

Estender-se sobre esse assunto não traria coerência a sua fala, e levantaria dúvidas sobre sua proposta tão categórica, o que não é a intenção de seu discurso, e ela, portanto, apenas lança a probabilidade em maiores explicações. Além disso, o tom baixo remete a uma humanização da enunciativa e do processo por ela veiculado, elementos importantes, à medida que a cenografia do objeto traz um ethos humano: uma pessoa, e não uma vendedora.

A significação da criação de tal ethos humano como processo traz uma relação com o silêncio, é a partir disso que se observa uma dimensão política tomada pelo silêncio, quando ele recorta o dizer: “o sentido é sempre produzido de algum lugar, a partir de alguma posição, e assim, ao dizer, o sujeito não estará dizendo outros sentidos” (ORLANDI, 2007, p. 53-54). A questão do privilégio social é silenciada pela enunciativa, através de elementos não ditos e desqualificação estatística.

“Como um efeito de discurso que instala o anti-implícito: se diz x para não (deixar) dizer y, este sendo o sentido a se excluir do dito (...). Por aí se

apagam os sentidos que se quer evitar” (ORLANDI, 2007, p. 73). Dessa forma, os dizeres da enunciadora, Bettina, abrem espaço para que, na formação discursiva econômica, os sentidos tomem espaço, fazendo-se coerentes dentro do argumento proposto, ao promover o discurso meritocrático dentro de seu discurso publicitário mascarado de econômico-financeiro. Este, sempre engendrados com efeitos de sucesso porquanto, estes efeitos, “unidos aos discursos mercadológicos, têm se tornado ferramenta indispensável na construção da argumentação em propagandas de convite para investir na bolsa de valores. (BOUCHER, 2021, p. 131).

Assim, a partir da delimitação dessa cenografia, em uma cena englobante publicitária configurada no gênero *trueview*, observa-se o desenvolvimento do ethos do anúncio. Todas as características de Bettina são moldadas, segundo essa enunciação, de modo a manipular o público, convencê-lo a realizar uma ação proposta (o clique), da qual depende o objetivo do discurso: a venda do produto *Empiricus* (os cursos de investimento).

Dessa maneira, a enunciadora toma para si o discurso da empresa, exercendo o papel de fiador da fala, o sujeito a quem se remete a voz do discurso, estabelecendo uma sequência manipulativa: tenta o público, através da criação de uma imagem a ser seguida, a sua própria, e provoca-o, com base em um parâmetro a não ser seguido (BARROS, 2002 p. 37), o das pessoas que apenas se chocam, e implicitamente não fazem nada para mudar sua condição financeira.

Ela ainda tenta esse público com a oferta de prêmio (BARROS, 2002 p. 37), o reconhecimento financeiro, que só é alcançado, segundo o anunciado, se o enunciatário adere à sequência manipulativa e clica no botão azul. É nesse sentido de proporcionar adesão ao discurso, que o ethos como imagem de si da enunciadora é construído no anúncio. Desse modo, também ocorre a atribuição de características físicas e psíquicas na elaboração desse ethos.

Tais características correspondem, como dissemos em nosso aparato teórico-metodológico, a uma corporalidade, e, no anúncio, são as mais visíveis a um primeiro olhar. Pode-se observar logo, a princípio, que Bettina é jovem. Ela inclusive afirma verbalmente sua jovialidade. Esse elemento é reiterado através de uma produção intencional que veste e maquia a enunciadora.

Assim, a maquiagem que não se nota, acessórios e roupas discretas, os cabelos soltos, com aspecto natural, são os recursos de mídia utilizados para enfatizar esse aspecto jovem. Essa mesma produção ainda contribui para o aspecto esterilizado e discreto da enunciadora, conferindo a ela a aparência física do jovem investidor de sucesso.

Como foi dito, o silêncio é inerente ao sentido, à medida que o sentido se estabelece silenciando outros possíveis. A maquiagem invisível representa esse silêncio, sabemos que ela existe, pois sabemos que toda produção visual requer uma maquiagem, inclusive para os efeitos de câmera, porém não a vemos, ela é discreta em seu aspecto feminilizante, engendrando um apagamento “discreto” que, por sua vez, é a (re)produção de um sentido esterilizado para a mulher nessa posição de enunciadora.

A esterilização desse ethos ocorre para silenciar seu fator sexual, conferindo uma solenidade e gravidade à enunciadora, e retirando de seus aspectos físicos qualquer elemento remetente à sensualidade feminina. Dessa mesma maneira, ocorre o recorte do corpo, à medida que Bettina aparece no vídeo apenas da cintura para cima, de modo que o telespectador não vê suas pernas ou quadris – partes do corpo feminino que, quando expostas, podem demarcar a sensualidade e/ou sexualidade de um corpo (BOUCHER e SOARES, 2021).

A enunciadora, desprovida de qualquer caráter sensual/sexual, determina o aspecto do estereótipo feminino a ser revelado por esse ethos discursivo: uma mulher de negócios é aquela que se destaca pela imagem de sucesso (SOARES, 2020) que propaga, e não pelos aspectos físicos que a caracterizam como mulher. É o silêncio delimitando sentidos (ORLANDI, 2007): ela não diz, ou indica como seria a imagem feminina ideal, mas se coloca de tal maneira física que exclui o que ela não é.

Assim, um visual extravagante e chamativo, que pode pressupor a sensualidade da enunciadora, ou mesmo partes físicas de seu corpo que remetam à sexualidade são silenciadas pelo aspecto esterilizado do discurso econômico, já que esses elementos não seriam interessantes na composição desse ethos. É dessa maneira que corporalidade do ethos da enunciadora compõe uma representação social (a da mulher investidora) e confere autoridade à sua produção enunciativa.

O estereótipo feminino proposto advém de uma perspectiva social através da qual a autoridade do discurso econômico-financeiro, quando vindo de uma mulher, só se efetiva se a mesma for desprovida de sexualidade. A caracterização sensual do corpo, nesse sentido, não confere seriedade (e, portanto, autoridade) à sua fala. O modelo de mulher proposto é aquele ao qual se atribui respeito, à medida que é aceito pela sociedade, e relaciona-se com a necessidade de adesão do público ao discurso (CHARAUDEAU, 2016).

E é dessa maneira que a imagem de si, criada pela enunciadora (e que caracteriza o ethos da *Empiricus*), coaduna com a função do gênero (anúncio em molde *trueview*) em que o objeto se encaixa. O enunciatário pode

identificar a enunciativa como um protótipo inserido no mundo, e identifica-se com esse protótipo: passa a querer ser uma pessoa como ela e, para tal, clica no “botão azul” de modo a visualizar o restante do conteúdo, podendo, assim, se tornar um comprador dos produtos da Empiricus.

Essa identificação e adequação a esse estereótipo é exatamente o que a determinação desse discurso necessita. Nessa perspectiva, essa representação social é propagada pela mídia com o intuito de vender um produto, através da venda de um conjunto de ideias. O discurso econômico no anúncio em questão, para atingir seu efeito, propaga um modelo feminino de sucesso (BOUCHER e SOARES, 2021), e nesse sentido, o sucesso não é apenas um item lexical, mas algo que “alimenta e fomenta um enorme mercado capilarizado pela grande mídia” (SOARES, 2020, p. 7).

Esse modelo e protótipo esterilizado da jovem investidora são colocados de maneira a harmonizar-se com a ideologia presente nesse discurso, a ideologia meritocrática, observada na grande parte dos discursos midiáticos e econômicos. É uma forma de reiterar essa ideologia, torná-la válida e necessária. Elementos excluídos da formação discursiva desse ethos, e observados como elementos contrários a essa ideia são silenciados, pois não seriam interessantes a essa perspectiva.

Isso inclui as outras perspectivas femininas. A mensagem a ser trazida é que as marcas caracterizadoras da feminilidade, o que inclui sua sensualidade, não são válidas para o mercado financeiro. O mercado financeiro e seu discurso econômico têm sido dominados por figuras masculinas e mesmo trazendo uma enunciativa mulher para tal, o anúncio reitera esse aspecto ideológico patriarcal.

A **ideologia patriarcal** é uma construção social baseada no patriarcado, isto é, uma estrutura de poder centralizada à preponderância social do homem/masculino sobre a mulher/feminino. Associando biologia à cultura, no sentido de diferenciar os papéis sociais baseados na concepção de homem e mulher, a ideologia patriarcal, na divisão de trabalho, atribui cargos de maior importância cultural aos homens, enquanto cargos de importância familiar (e vistos como inferiores) são relegados às mulheres.

O mito de que as mulheres são desqualificadas para lidar com as finanças, e, portanto, cabe aos homens lidarem com esse papel, também está ligado a esses aspectos biológicos e culturais consolidados no discurso, e se origina de uma narrativa que retrata as mulheres como criaturas irracionais, de difícil autocontrole, e, inclusive com capacidade de ocasionar o descontrole em quem as circunda (WEBER, 1964).

Assim, como estamos falando de um discurso econômico e financeiro, um assunto, intimamente ligado à necessidade do controle (da economia, das finanças), é indispensável que esse seja tratado por alguém que represente esse controle. Nesse sentido, as mulheres, associadas ao descontrole e a irracionalidade, não são as melhores representantes, de maneira que o discurso financeiro se associa a essas concepções e se consolida como um universo majoritariamente masculino.

Esses elementos masculinos que compõem o universo financeiro são observados no anúncio da Empiricus através de uma estética, a estética que chamamos de esterilizadora da corporalidade feminina. Desse modo, a estética masculina se faz implícita, ela aparece no silêncio: sua ocorrência se dá na ausência dos elementos que caracterizam a sensualidade feminina no corpo da enunciadora.

Assim, para captar a atenção do espectador, a imagem propagada é de uma mulher esterilizada, o único tipo feminino socialmente aceito no discurso econômico, não por ser mulher, mas por não manter as marcas femininas que remetem à sensualidade. Esse código de estética e comportamento, esterilizado e sóbrio, atribuídos à mulher no discurso econômico se deve a essa associação do descontrole ao feminino.

A contenção desse elemento ‘descontrolador’ é dada pela instituição de regras sobre as condutas e vestimentas, normatizando que sejam cobertas as partes do corpo feminino que podem suscitar desejo. (AGUIAR, 2000, p. 309-310). A sensualidade feminina, portanto, é vista no discurso econômico como algo a ser ocultado para que a mulher possa ser incluída nessa formação discursiva.

É nesse sentido que se observa as vestimentas sóbrias, da enunciadora, bem como sua maquiagem neutra e seu recorte corporal pela câmera: são manifestações discursivas que ocorrem de maneira colocá-la dentro das normas de conduta e de estética estipuladas nessa formação discursiva. Ao contrário do que ocorre em capas de revistas situadas no universo da estética com dizeres sobre o corpo de sucesso (BOUCHER e SOARES, 2021), no campo do investimento, observamos as formações discursivas que o cingem silenciando a sensualidade da mulher e, através desse silenciamento, demonstrando o controle requerido pelo discurso.

O silêncio da caracterização sensual da enunciadora, portanto, deixa claro o que ela não é – uma mulher irracional, que não controla suas finanças – e a capacita para enunciar à medida que a aproxima da estética masculina predominante, e isso se relaciona diretamente à conferência de autoridade ao discurso. Ou, grosso modo: ela, apesar de mulher, pode inferir sobre o assunto,

pois não é uma mulher comum, sensualizada, mas alguém que se apresenta fisicamente relacionada ao universo que compõe o econômico e financeiro.

Silenciar a sensualidade, no anúncio, entretanto, não significa deixá-la propriamente masculina, mas de promover esses fatores que não estão ditos, relacionados ao controle financeiro. Inclusive, Bettina não se parece com nenhum protótipo masculino, ou se quer mantém características de, pois existe uma intenção de mantê-la feminina, mas não sensualizada, de maneira enquadrá-la no discurso econômico.

Nesse sentido, o anúncio não inova, aliás, reitera os aspectos ideológicos interdiscursivos que se relacionam a essa formação discursiva: a figura da enunciativa elaborada somente na direção de que ela é uma mulher que controla seus investimentos, mas também no aspecto de que mesmo sendo mulher (apesar de), ela o faz. As razões para tal são estipuladas pela própria construção de seu ethos, e se baseiam na ideia de que os investimentos são de procedimento fácil, acessível para todos.

A facilidade do investimento é demonstrada ao longo de todo o anúncio, à medida que todas as dificuldades nesse processo seriam caracterizadas pela ausência no desejo de mudança e figurativizadas pelas pessoas que não alcançam o sucesso por apenas se “chocarem” com os casos de sucesso (BOUCHER e SOARES, 2021). Nesse sentido, observa-se um enlace entre a ideologia meritocrática e o discurso econômico.

Assim, a manifestação discursiva do corpo feminino esterilizado relaciona-se muito mais à reiteração da ideologia vigente no discurso econômico (que o associa ao masculino) do que o ato próprio de enfatizar ou engrandecer as mulheres investidoras. De fato, essa manifestação discursiva ocorre no sentido de demonstrar a facilidade de investir, pois até uma mulher pode fazê-lo. Porém, para tal, ela deve se encaixar na ideologia dominante do sistema financeiro, e ser desprovida de qualquer característica sensual contrária a esse sistema e base ideológica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No intuito de analisar os aspectos relacionados à esterilização da corporalidade feminina na composição do ethos, dentro de sua cena da enunciação, em um anúncio trueview da *Empiricus Research*, de 2019, protagonizado por Bettina Rudolph. Utilizamos, para tal, o aparato teórico-metodológico da Análise do Discurso a respeito do conceito de ethos discursivo que, por sua vez, demandou a aplicação conjunta da cena da enunciação.

Analisamos a cena de nosso objeto, na medida em que as condições de produção são os elementos primordiais para se estabelecer os sujeitos do discurso (COURTINE, 2014). Verificamos que a cena enunciativa do anúncio em questão é composta por um discurso publicitário configurado no modelo *trueview* e que assume um formato relativamente aproximado à aula de coach financeiro, no qual a enunciadora conta sobre sua experiência pessoal, e como ela pode atingir a todo público interessado.

Assim, observamos que, devido a esse formato que sua especificidade (sua cenografia) revela, o discurso publicitário em análise (e, portanto, midiático) atinge a gama do econômico-financeiro. O ethos de nosso objeto se constrói no sentido de fortalecer a ideologia meritocrática que se associa ao discurso financeiro (BOUCHER e SOARES, 2021), e ao mesmo tempo estabelece elementos que esterilizam a corporalidade de nossa enunciadora, no sentido de se harmonizar o discurso econômico com a ideologia patriarcal.

A associação do discurso da enunciadora à ideologia meritocrática e as marcas esterilizadoras da corporalidade em nosso objeto que associam à construção do ethos à ideologia patriarcal são desenvolvidos a partir do não dito, e nos remetem a discussão do silêncio inerente a toda construção de sentido, através da qual se verifica que “se diz x para não dizer y, este sendo o sentido a se excluir do dito [...]. Por aí se apagam os sentidos que se quer evitar” (ORLANDI, 2007, p. 73). Nesse caso, apagam-se os valores estéticos femininos para que estes implícitos (inerente ao explícito) sejam parte de um silêncio constitutivo maior, o fato de que, ao “clicar no botão azul”, a empresa Empíricos já se beneficia de valores financeiros advindos dos milhares de interessados que, mesmo não comprando seu curso, acessam ao site por meio dos discursos engendrados por Bettina e, conseqüentemente, realiza parte dos explícitos objetivos discursivos da empresa: lucrar. Tal objetivo, por si só, seria um vestígio da intencionalidade de toda propaganda, no entanto esse batimento descritivo-interpretativo não busca perguntar o que a empresa pretende, mas como ela faz para atingir o que pretende: o corpo feminino esterilizado. Em outros termos, há sentidos da ordem do não-dito que é apagado pelo próprio implícito.

É dessa maneira que as raízes meritocráticas do discurso presente nos dizeres da enunciadora, bem como sua corporalidade esterilizada são aspectos que estão ditos no anúncio, de modo a excluir aspectos

que não são interessantes às ideologias que o circundam. Os elementos relacionados ao fator “privilégio” que poderiam se originar do discurso da enunciativa são por ela silenciados através da ironia ou do simples fato de não tocar no assunto e construindo seu raciocínio de modo a não abrir espaço para tal.

O ethos no anúncio analisado é construído de maneira a associar a enunciativa a um protótipo social, o do jovem investidor, e sua corporalidade, reiterada por traços psíquicos, ocorre de modo a seguir a conduta de vestimentas e comportamentos femininos que não se remetam à sensualidade de tal maneira que exclui os outros protótipos femininos. Assim, o ethos é construído de modo a reiterar os aspectos ideológicos, que colocam os homens no centro do discurso econômico-financeiro.

Os elementos que caracterizam a sensualidade feminina são, desse modo, apagados através do dito, já que, dentro dessa formação discursiva, eles devem ser ocultados, harmonizando a corporalidade feminina com o universo masculino que caracteriza o discurso econômico. Portanto, o anúncio, apesar de ter uma enunciativa feminina não inova e nem se dá no sentido de enaltecer a figura feminina, no entanto cumpre com seus objetivos discursivos: fazer a empresa lucrar.

A associação da figura feminina à facilidade do investimento proposto na publicidade se dá no sentido de corroborar com os valores vigentes no discurso financeiro e compactuar com a ideia de que as mulheres não são as melhores representantes do controle financeiro de uma sociedade, somente se for um investimento facilitado e se elas se encaixarem no padrão estético proposto pelo modelo financeiro.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Neuma. Patriarcado, sociedade e patrimonialismo. **Revista Sociedade e estado**, v. 15, n. 2, p. 303-330, 2000. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69922000000200006&script=sci_arttext. Acesso em: 21 fev. 2021.

BETTINA RUDOLPH; EMPIRICUS RESEARCH. Vídeo original da Bettina 1 milhão. Aquiles TV, **Youtube**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=knIHvor2gHs> Acesso em: 10 dez. 2020.

BARROS, Diana Luz Pessoa. **Teoria do discurso: fundamentos semióticos**. 3ª ed. São Paulo: Humanitas FFLCH/USP, 2002.

BOUCHER, Damião Francisco; SOARES, T. B. Discursividade verbo-visual: o humor no apagamento/marcação dos discursos midiático. *In*: SOARES, T. B.; CUTRIM, Ilza Galvão; BUTTURI JUNIOR, Atilio (org.). **Mídia, linguagem e sociedade: espaços, corpos e vozes na atualização da resistência**, 1. ed. – Campinas, SP: Pontes Editores, 2020. p. 119-133.

BOUCHER, Damião Francisco. SOARES, Thiago Barbosa. O corpo na materialidade discursiva do sucesso: uma análise de capas de revista “Corpo a Corpo”. **Littera**, nº22, Programa de Pós-Graduação em Letras/Universidade Federal do Maranhão, MA, 2021. p. 8 –26. Disponível em: <https://periodicoseltronicos.ufma.br/index.php/littera/issue/view/749/163>. Acesso em; 03 set. 2022.

BOUCHER, Damião Francisco. O discurso do sucesso em propagandas de investimentos. **Porto das Letras**, v. 7, n.1, Porto Nacional, TO, 2021. p. 116-133.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

CHARAUDEAU, Patrick. **A conquista da opinião Pública: como o discurso manipula as escolhas políticas**; tradução Ângela M. S. Corrêa, SP: Contexto, 2016.

COURTINE, Jean-Jacques. **A análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos**. São Carlos, SP: EDUFSCar, 2014.

GOMES, Antonio Marcos Tosoli. Análise de discurso francesa e teoria das representações sociais: algumas interfaces teórico-metodológicas. **Revista Psicologia e Saber Social**, v.4, n.1, p.3-18, 2015. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/psi-sabersocial/article/view/17558/12958>. Acesso em: 19 fev. 2021.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Trad. Cecília P. de Souza e Silva e Décio Rocha. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2004.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Trad. Freda Idursky. 3ª edição. Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.

MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos discursos**. Trad. S. Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MAINGUENAU, Dominique. **Discurso e Análise do Discurso**. Trad. Sírío Possenti. 1ª ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2001.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. 6. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

PÊCHEUX, Michel. **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**; Organizadores: François Gadet, Tony Hak; tradutores Bethania S. Mariani... [*et al.*]; 3. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

SENO, Ana Regina. **O Ethos no discurso político de Dilma Rousseff: a imagem da mulher na política**. Dissertação de Mestrado, Programa da Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2014.

RIBEIRO, Marislei Silveira. **O Discurso Midiático na Construção da Identidade da Mulher: Um olhar sobre a Teoria de Patrick Charaudeau**. Trabalho apresentado ao Seminário de Temas Livres em Comunicação do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Brasília, 2006. Disposto em: <https://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1521-1.pdf>. Acesso em: 19 fev. 2021.

SOARES, Thiago Barbosa. Sucesso: discursos contemporâneos de capitalização dos sujeitos. *In*: SOARES, T. B (org.) **Múltiplas perspectivas em Análise do Discurso: objetos variados – São Carlos – SP: Pedro & João Editores, 2018.**

SOARES, Thiago Barbosa. **Composição discursiva do sucesso: efeitos materiais no uso da língua**. Brasília: EDUFT, 2020.

SOARES, Thiago Barbosa. **Percurso Discursivo: heterogeneidades epistemológicas aplicadas**. 1ª ed. - Campinas, SP: Pontes Editores, 2022.

WEBER, Max. **Sociology of religion**. Boston: Beacon Press, 1964.

CENA DA ENUNCIÇÃO EM *RIO TURUNA*: UMA ANÁLISE DISCURSIVA

ENUNCIATION SCENE IN *RIO TURUNA*: A DISCOURSE ANALYSIS

Paula Ramos Ghiraldelli

Universidade Federal do Tocantins

Thiago Barbosa Soares

Universidade Federal do Tocantins

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O presente artigo tem como objetivo analisar discursivamente a obra literária *Rio Turuna*, escrito por Eli Brasiense, publicado em 1964. Como a história do livro é ambientada nas margens do Rio Tocantins, no século XX (MAIA; SOARES, 2021, p. 243) consideramos conveniente utilizar, em nossa análise, o conceito de *cena da enunciação*, desenvolvido pela Análise do Discurso, de modo que buscaremos, aqui, delimitá-la através do próprio objeto e assim interpretar como ocorre, no discurso, a relação entre esse cenário físico e a realidade sociocultural que o envolve, além das instâncias ideológicas que emergem dessa relação.

Como dissemos, *Rio Turuna* é uma obra tocantinense cujo pano de fundo é a sociedade inserida à beira do rio Tocantins – o “rio Turuna”. Inserida na literatura modernista regional, a narrativa traz elementos discursivos que representam, simbolicamente, os aspectos da vida social, econômica e cultural da região, possibilitando a compreensão da cultura e identidade do homem do sertão tocantinense (MAIA; SOARES, 2021, p. 243) da época descrita pelo livro, bem como a subjetivação desse sujeito em meio às transformações políticas e ambientais ocorridas às margens do rio Tocantins e que são retratadas no texto.

Visando a compreensão do processo de formação discursiva na obra, bem como dos sentidos produzidos e relacionados a esse processo, e considerando que o ponto forte que marca a obra são suas características regionalistas, objetivamos expor os aspectos referentes à cena da enunciação do objeto. O conceito de cena relaciona-se ao espaço do discurso, mas não só, ela opera como regulador dos variados processos enunciativos (MAINGUENEAU, 2015, p. 117). Além disso, dividindo-se em três subconceitos que interagem

entre si, a cena da enunciação comporta três outras cenas: a cena englobante, a cena genérica e a cenografia (MAINGUENEAU, 2015, p. 117).

A **cena englobante** é “formada pelo conjunto de elementos caracterizadores do **tipo** do discurso, por exemplo, publicitário, político, literário, religioso, entre outros” (SENO, 2014 p. 30), de modo que é resultado de um recorte da atividade social. Já a **cena genérica** corresponde ao **gênero** do discurso, e funciona normativamente, ou seja, se trata dos elementos discursivos através dos quais o gênero é instituído: suas finalidades, os papéis daqueles que participam do discurso, os lugares físicos em que o gênero deve circular, o suporte em que deve ser veiculado, seus recursos de linguísticos específicos, sua forma de composição (MAINGUENEAU, 2015, p. 120-121)

A **cenografia** relaciona-se aos **aspectos singulares** de um discurso no quesito espaço discursivo (MAINGUENEAU, 2008b), supondo um momento e um lugar determinados enunciativamente, e definindo a cena da fala da qual o texto se origina e se associa ao enunciador e ao co-enunciador. Assim, a determinação da cenografia implica a determinação dos integrantes do processo de enunciação, em sintonia com um conjunto de lugares em um dado momento, e é, portanto, influenciada por fatores culturais, históricos e sociais influenciam na sua determinação (MAINGUENEAU, 2004). Além disso, a cenografia de um discurso pode ser inerente ao próprio gênero ou incorporada de outro gênero (SENO, 2014 p. 30).

Todos esses aspectos teórico-metodológicos referentes à cena da enunciação serão aplicados ao objeto a fins de promover, através de sua análise discursiva, a observação de uma determinada vivência expressa pelos atos enunciativos presentes na obra. A justificativa para tal investigação advém do fato que o texto literário, de maneira geral, possui uma forte potencialidade interpretativa, baseada em sua capacidade de trazer e se mostrar como um testemunho da realidade sociocultural de um dado povo em um dado tempo e espaço (MAIA; SOARES, 2021, p. 243). Nesse sentido, o estudo da obra em questão, em seu aspecto cenográfico, permite a compreensão da vida e formação da identidade ribeirinha tocantinense, em uma época anterior à criação do Estado em 1988.

Vale ainda salientar, acerca do objeto, que, devido à sua extensão (cerca de 166 páginas) e mirando uma apuração mais precisa, selecionamos alguns trechos da obra que melhor exemplificam os aspectos do espaço discursivo em sua relação com os elementos socioculturais e ideológicos. Em nossa análise, traremos esses trechos para, logo em seguida, subscrever nossa descrição e interpretação a respeito deles, de acordo com a metodologia teórica proposta.

CENAS DA ENUNCIÇÃO EM RIO TURUNA: ÀS MARGENS DO TOCANTINS

A análise da cena da enunciação de um texto proporciona o exame das condições de produção do referido discurso. Assim, alguns dos aspectos que compõem a cena da enunciação no corpus são pertinentes ao conjunto da obra e, portanto, a todos os trechos selecionados no objeto, e indicam as bases dessas condições de produção. Dito isso, vamos trazer as características gerais da cena da enunciação de *Rio Turuna*, as três subcenas de que falamos anteriormente: a cena englobante, a cena genérica e a cenografia. Em seguida, faremos as análises específicas nos fragmentos que separamos.

O que caracteriza a **cena englobante** de Rio Turuna é o fato de se enquadrar na tipologia de **discurso literário**, na medida em que é uma obra de literatura. O discurso, por seu caráter constituinte, é investido de uma “autoridade conferida pelo seu estatuto enunciativo” (MAIGUENEAU, 2008a, p. 47), ou seja, as características que o tornam literário. Assim, o discurso em questão está inscrito na formação discursiva literária por meio de sua estrutura, na qual ele se coloca “mais ou menos fechados em sua organização interna” e possível de reinscrição em outros discursos (MAINGUENEAU, 2008a, p. 47). Nesse sentido, é a estrutura de *Rio Turuna* se faz no sentido de atingir um público pela finalidade artística da literatura.

Da tipologia discursiva, neste caso a literária, depreende-se sua **cena genérica**: o **romance**. Em termos gerais, o romance é uma narrativa longa, escrita em prosa, que se debruça sobre uma estrutura: possui **ação**, ou seja uma série de acontecimentos que se combinam para formar o enredo da obra; um **lugar**, um espaço físico em que transcorre a ação; e um determinado **tempo**, podendo esse ser cronológico (respeitando o tempo físico) ou psicológico (relacionado ao espaço interior, à mente dos personagens). O leitor, a quem se refere o discurso, pode depreender essas características por estarem dispostas na obra, quando a lê.

Além disso, o romance conta com personagens que realizam a ação e desenvolvem o enredo, bem como com a presença de um narrador a quem se atribui o foco narrativo do texto, ou seja, o ponto de vista sobre o qual se narra (SOARES, 2018). Os personagens podem ser comuns e/ou previsíveis (chamados de personagens planos) ou complexos (conhecidos como personagens esféricos). O papel de narrador pode ser atribuído a um desses personagens, que conta a história em primeira pessoa ou a um observador, ou seja, alguém que narra na terceira pessoa, a partir de suas observações, podendo

fazê-lo inclusive de forma onisciente (com total conhecimento dos fatos e das personagens).

Essa estruturação básica do gênero literário romance é o que constitui o espaço discursivo da obra, à medida que “a cena englobante e a cena genérica correspondem ao espaço cênico e estável do texto no qual o enunciado produz sentido e a cena genérica está ligada a uma “instituição discursiva”, um o contrato associado a um gênero do discurso (MAINGUENEAU, 2008b, p. 116). Assim sendo, pode-se depreender alguns elementos de *Rio Turuna* que o caracterizam como romance. O texto se trata de uma narrativa literária em prosa, em que se descreve um mundo ficcional preso ao universo real, misturando essas situações fictícias à históricas, com nomes e locais verídicos (MAIA; SOARES, 2021, p. 248).

O autor se coloca como conterrâneo dos personagens, de modo que o texto se torna um espaço literário em que o autor conta suas crenças e memórias, tanto através da própria narrativa, quanto pela narrativa encabeçada por outros personagens (MAIA; SOARES, 2021, p. 248-249). A trama se passa na antiga região conhecida como norte do Goiás (atual estado do Tocantins) na década de 1940 e tem como pano de fundo o Rio Tocantins, chamado carinhosamente pelo autor de Rio Turuna, que opera como elemento físico que une todos os personagens, de modo que a “história local é materializada no perfil identitário dos personagens citados”. (MAIA; SOARES, 2021, p. 251).

Todos esses elementos singulares mencionados acima (como o tempo, espaço, narração) se configuram de maneira a atestar a veracidade do dizer, produzindo o sentido de realidade do texto. Eles, apesar de definirem a cena genérica, também irão caracterizar a **cenografia** da obra. Nesse sentido, pode-se observar que, apesar da não obrigatoriedade combinativa entre cena genérica e cenografia, nesse caso, elas se associam. Entretanto, quando falamos de cenografia, iremos nos atentar em como esses elementos se apresentam especificamente no texto, conforme tratamos, enquanto a cena genérica da obra elense se define apenas pela presença ou ausência desses elementos.

Além disso, outro fator que permeia entre cena genérica e a cenografia na obra é o seu movimento narrativo, que é focado na problemática humana dos habitantes da região tratada, o que enquadra esse romance no movimento modernista brasileiro da segunda geração de escritores, que ficou conhecida como regionalista. Os abalos que sofreu a vida brasileira nos arredores de 1930, como a crise cafeeira e a própria Revolução, condicionou novos estilos de prosa ficcional marcados pela rudeza e captação direta dos

fatos, quase como uma retomada do naturalismo, mas diferente do século XIX, no qual essa tendência era predominante científica e impessoal (BOSI, 1994, p. 388).

Desse modo, o romance enquadrado na geração de 30, como é o caso do nosso objeto de análise, apresenta uma visão mais crítica das relações sociais regionais, e o problema do engajamento foi a tônica desses autores (BOSI, 1994, p. 388-389). *Rio Turuna* encontra-se no interior desse movimento, sendo a partir dos elementos que marcam essas características, como a cena genérica da obra (o romance regionalista) que podemos observar sua cenografia, conforme já dito. Tal observação será melhor pontuada a partir da análise dos trechos selecionados em nosso *corpus* e que podem exemplificar melhor a cenografia do objeto como um todo, além dos processos ideológicos que compõem suas condições de produção do texto.

Portanto, passamos à análise. O primeiro recorte que trazemos, a seguir, é um trecho em que o autor descreve o rio Tocantins, que é palco para os acontecimentos da narrativa, e o qual ele chama de ‘turuna’, dando, assim, nome ao livro.

Este pedaço do rio é todo de mansidão mentirosa, menino! O Tocantins é rio macho, rio turuna meio amalucado. Mata caboclo forte só pra dizer que tem mais força. [...]. O homem da margem do Tocantins havia de ser de aço, cabra capaz de matar onça canguçu com zagaia, de enfrentar sucuri grande como Manoel Bacaba, de retalhar desaforado no facão, que nem seu vizinho Miguel. Era preciso desafiar o rio, montar-lhe no lombo e amansá-lo, como se dominava um poldro chucro. Do contrário seria desmoralizado e jogado para os gerais, onde permaneceria sempre como um extraviado, um cisco atirado pelas enchentes. Transformar-se-ia num catador de abóboras no monturo dos boqueirões [...] Todos homens de coragem poderiam cavalgar o Tocantins, que não era propriedade de ninguém, era estrada livre até o mar. Isto mesmo, Simão! O rio turuna era um poldro brabo, de lombo liso, que chotava nos travessões e disparava nas cachoeiras, bufando e pinoteando, sem freio que o aguentasse. Chicoteado pelas luvas grossas, subia o barranco de uma noite para o dia, pegava gente de surpresa, levava casas e desmanchava roças. Desmoronava ribanceiras em corrida louca, a escavar a terra fôfa, onde esgaravatava as raízes mais fundas. Escocciava as árvores de encontro às perambeiras, espatifando-as. Depois chupava bastante ar pela bôca dos funis, para

bufar com estrondo no estouro dos rebojos. [...]. O homem forte, nascido e criado ali, mesmo de aparência franzina, navegava o rio brincando, porque se acostumara com sua brabeza desde menino. Alguns visitantes da cidade, gente mole criada no sêco, acostumada com agulha de latas, não tinha coragem de chegar no barranco, para olhar a fundura azul do rio (BRASILIANSE, 1964, p. 36)

A palavra ‘turuna’ é de origem indígena que significa ‘poderoso’, ‘forte’, ‘bravo’, e é usada para nomear e simultaneamente qualificar o Rio Tocantins, que “testemunha” todo relato (MAIA; SOARES, 2021, p. 251) do autor. A cenografia descritiva que se observa, transmite o sentimento de carinho do autor-narrador para com o rio e ao mesmo tempo caracteriza esse rio como um personagem animado, um ser. São os verbos utilizados para descrever as “atitudes” do rio que dão a ele uma espécie de animação própria, permitindo-lhe sua atuação na narrativa: “chotava”, “subia [o barranco]”, “pegava” [de surpresa], “levava” [casas], “desmanchava”, “desmoronava”, “escoceiava”, “chupava” e “bufava”.

Os verbos escolhidos conferem a esse rio as características de um animal forte que não se pode controlar, e seu uso representam a figura de linguagem “personificação”, apesar de que, nesse caso, seria mais bem definido falar em animalização do rio. O narrador faz, inclusive, sua comparação direta com um “poldro bravo”. Outros elementos linguísticos reiteram tal imagem, como o uso dos verbos que definem as atitudes humanas diante do rio: “Era preciso desafiar o rio, montar-lhe no lombo e amansá-lo” (BRASILIANSE, 1964, p. 36). Assim, mais do que caracterizar o quadro no qual a cena se passa, esses itens linguísticos ativam um processo enunciativo segundo o qual determinados empregos compõem a cenografia de Rio Turuna, pois “Uma cenografia implica certo uso da linguagem e é igualmente indissociável dele” (MAIGUENEAU, 2008a, p. 52).

Na cenografia analisada, a sobrevivência humana na região, segundo o próprio fragmento, implica essa dominação sobre o rio, em vencê-lo, “Do contrário seria desmoralizado (...) Transformar-se-ia num catador de abóboras no monturo dos boqueirões”, conforme o trecho. Tais afirmações, no fragmento destacado, produzem o sentido de reiterar a importância econômica do rio, na região, que molda, inclusive a atividade humana. Assim, o rio se coloca como uma referência medidora de força, e ser forte no contexto apresentado significa ser mais forte que o rio, a ponto de domesticá-lo. Ser vencido pelo rio, não conseguir lidar com ele, implica na não sobrevivência.

Desse modo, a cenografia da obra faz do rio um personagem mediador da sobrevivência digna na região e é dessa maneira que ele se torna o elemento de união, o cenário máximo entre os personagens. As metáforas resultantes dessa relação continuam, como no fragmento destacado a seguir:

Aqui no Pôrto, afirmava ele – quem despachava bote era coronel, quem soltava batelão era major, mas aquele que não tinha canoa, a não ser fazendeiro grande do seco, não chegava a vintém. Era peixe miúdo [...]. Isto era nos bons tempos da Guarda Nacional quanto às altas patentes eram compradas pelos vaidosos mandachuvas das cidades do interior. Às margens do Tocantins havia muitos capitães, majores, tenentes-coronéis e coronéis que não sabiam como manejar uma espada, nem fazer continência direito, e cujos filhos eram logo chamados de capitãozinho. A maioria dos postos eram dados de acordo com as embarcações ou fazendas que possuíam (BRASILIENSE, 1964, p. 81).

Através desse enquadramento, é possível verificar como as relações de poder e de classe são descritas segundo elementos que se relacionam ao rio. Tendo em vista que o manejo do rio era o que movia as atividades econômicas da região, ter uma embarcação significa poderio financeiro e econômico. Também é possível se observar o a existência de outras atividades, como quando o narrador fala das fazendas, sobre as quais destaca a necessidade de serem grandes para que tenham peso econômico. Entretanto, quando ele diz sobre o “fazendeiro grande do seco”, a expressão “seco” é utilizada como contraposição ao molhado do rio. A escolha desse termo ocorre no sentido de mostrar o rio como elemento central ao redor da narrativa.

Além disso, nesse recorte em específico é possível se averiguar a utilização exacerbada de patentes e cargos, como forma de demarcação do poder (MAIA; SOARES, 2021, p. 250), de modo que as mais altas patentes correspondem a um maior poder financeiro. E isso não é uma coincidência, mas representa a descrição da sociedade do norte do Goiás, e esses patentes citadas ao resquício da presença da Guarda Nacional na região. A Guarda Nacional foi uma companhia paramilitar brasileira à qual eram oferecidas lideranças políticas, transformando esses oficiais em “agentes” do poder central, para garantirem apoio ao Governo (MAIA; SOARES, 2021, p. 250).

Sendo utilizada pelas elites como força eleitora, a Guarda Nacional teve seus cargos da guarda distribuídos aos grandes proprietários rurais, fator que contribuiu para ampliar o poder dos proprietários de terras e de escravos,

ou seja, para o coronelismo no Brasil. A região destacada na obra é a região de Porto Real, atual região de Porto Nacional, na qual a realidade do coronelismo ocorria tal qual no contexto nacional (MAIA; SOARES, 2021, p. 250), assim como o fragmento destaca, ao reiterar o poder financeiro dos fazendeiros (coronéis) associados às patentes. Era esse poder que permitia a essas pessoas o controle das atividades no rio, atividades que, como já observamos, representavam a maior relevância econômica na sociedade.

Além disso, conforme esclarece Rodrigues (2006, p.41 *apud* Maia; Soares, 2021, p. 250) muitas dessas patentes citadas eram compradas, o que fica especificado na leitura do fragmento, quando diz que os “postos eram dados de acordo com as embarcações ou fazendas que possuíam” e quando afirma que “não sabiam como manejar uma espada, nem fazer continência direito”. A relação que se estabelecia entre os oficiais-coronéis sobre os demais cidadãos comuns é descrita por Rodrigues (2006, p.41 *apud* Maia; Soares, 2021, p. 250) como angustiante e ao mesmo tempo fraternal, o que é possível ser verificado ao longo do trecho e fica enfatizado através do termo “capitãozinho”.

É nesse sentido que podemos destacar o conceito de interdiscurso, ou memória discursiva, que sustenta o dizer em uma estratificação de formulações já feitas, mas esquecidas e que vão construindo uma história de sentidos (ORLANDI, 1999, p. 54). É sobre essa memória que o recorte em questão se embasa, sobre a qual não se tem o controle, e a consciência se constrói causando a impressão que o tempo todo, o sujeito sabe do que está falando (MAIA; SOARES, 2021, p. 249). É como se o narrador tivesse consciência do todo em que sua sociedade se insere, a partir das descrições estabelecidas do seu local de fala.

Assim, o narrador o reforça e perpetua as relações de poder ao enunciar, de acordo com sua posição “socio funcional”, ou seja, o lugar que ocupa em sua comunidade e que permite ao sujeito falar de determinada forma (ORLANDI, 1999, p. 39), na medida em que ele opera como um narrador-personagem, alguém inserido naquele contexto. É através de sua fala, oriunda daquele determinado lugar que podemos observar as relações ideológicas que permeiam aquela circunstância, como a relação de poder atrelada ao rio, existente entre oficiais, fazendeiros e pessoas comuns, uma vez que essa fala reproduz e perpetua essas tais ideologias e hierarquias.

Outros elementos ideológicos estão presentes ao longo da obra e podem ser apontados. No sentido de buscar esses outros aspectos, tratamos agora da análise cenográfica do próximo trecho de *Rio Turuna*, que segue abaixo.

O major Antônio Pinheiro tinha sua meia dúzia de armas também. O delegado de Polícia era seu afilhado, além disso, a força moral do velho era respeitada em toda a cidade. Intendente Municipal por duas vezes agora era presidente da Irmandade do Santíssimo e tesoureiro do Cofre das Almas (BRASILIENSE, 1964, p. 63)

Assim como no trecho anterior, a breve descrição do personagem, contribui no sentido de se entender a organização social da comunidade destacada em *Rio Turuna*. Observa-se o uso da palavra que descreve a patente “major”, previamente ao nome (Antônio Pinheiro), reproduzindo e perpetuando as relações hierárquicas (ORLANDI, 1999, p. 39) existentes entre esses oficiais e pessoas comuns. O termo (major) se associa à afirmação “a força moral do velho era respeitada em toda cidade”, reiterando a relação de poder entre essas pessoas. O excerto também destaca a relação de parentesco entre as pessoas do poder, o que nos remete ao que falamos anteriormente, sobre o coronelismo, quando os cargos elevados da sociedade eram distribuídos aleatoriamente entre os fazendeiros (e seus familiares).

Outro fator a ser apurado, é o elemento da violência, enfatizado a partir da afirmação que [o personagem] “tinha sua meia dúzia de armas”, de modo que é possível por ela compreender as estratégias de dominação utilizadas pelo Estado para manter a hegemonia do poder. De acordo com Althusser (1970, p. 46) “o aparelho repressivo do Estado funciona pela violência, enquanto os aparelhos ideológicos de Estado funcionam pela ideologia.” (ALTHUSSER, 1970, p. 46). Assim, é possível se observar no recorte os aparelhos ideológicos e repressivos do Estado em pleno funcionamento e emergindo na prática discursiva.

O termo “meia dúzia de armas” retrata essa dominação repressiva. Nesse sentido, é possível dizer que os antigos oficiais da recém extinta Guarda Nacional ainda se encontravam reconhecidamente numa posição superior na escala social de poder, mesmo com a dissolução da Guarda em 1922 (conforme fontes historiográficas do Brasil) e a presença de armas por parte do personagem demonstra o uso de violência para efetuar esse poder e fazer valer a estrutura. Sobre isso, Althusser (1970, p. 62) afirma que todos os aparelhos do Estado concorrem para a reprodução das relações de produção, no caso, as relações de exploração capitalistas.

Seguindo a linha da repressão institucionalizada, trazemos o próximo trecho que salienta esse aspecto fortemente difundido na estrutura do coronelismo. São vários fragmentos, mas que tratam de uma mesma característica, a partir da temática de justiça e poder na sociedade retratada em *Rio Turuna*.

Liduíno, porém era bem diferente. Matava mesmo, de faca ou de tiro, e não contava suas mortes. Agia manhosamente que nem doença traiçoeira” (BRASILIENSE, 1964, p. 25).

[...] quantas marcas já possuía na coronha daquela arma? Ninguém o sabia, nem era capaz de calcular. De bicho do mato? Não, que esses êle não contava, mas de gente batizada. Por qualquer conto de réis tirava uma vida (BRASILIENSE, 1964, p. 29).

Era pena não poder lutar com o jagunço frente a frente, no tiro ou na faca, para que todos soubessem que êle não era mais homem do que ninguém. Era apenas mau, alugando sua ruindade a qualquer endinheirado (BRASILIENSE, 1964, p. 38).

Chegara a Porto Nacional um juiz de direito, esse homem deixou fama naquelas paragens. Era muito agarrado com os códigos, e não dava assunto aos peditórios ou ameaças de gente rica. Começara a consertar tudo aquilo que estava errado, desengavetando processos, a examinar inventários antigos, onde havia menores pelo meio. Os escrivães andavam numa correria para normalizar a situação de seus cartórios. Logo o juiz ficara marcado porque mexera em casa de marimbondos (BRASILIENSE, 1964, p. 82).

Os recortes acima trazem a narração a respeito de personagens que efetuam o poder na cidade. Os três primeiros falam especificamente de agentes que, apesar de extraoficiais executavam a ação repressiva concatenada pelo Estado através da violência. Esses “jagunços” ou matadores profissionais não eram agentes estatais, mas sua atuação era difundida e utilizada pelos representantes do poder em larga escala no Brasil coronelista. Esses trechos, inclusive, estabelecem críticas a esses personagens, quando o narrador diz que (o matador) “agia como doença traiçoeira”, “por qualquer conto de réis tirava uma vida” e que (alugava) “sua ruindade a qualquer endinheirado”.

Na comparação com a “doença traiçoeira” é possível buscar na etimologia da palavra “doença” a origem dessa crítica: alteração da saúde que se manifesta por sintomas, conjunto de distúrbios orgânicos que prejudicam o sistema. Assim, o narrador descreve o personagem Liduíno a partir dessa perspectiva da doença, de um sintoma de distúrbio presente no corpo social e que debilita a sociedade como um todo. As outras duas expressões citadas,

no segundo e terceiro fragmento promovem a crítica aos motivos pelos quais esses indivíduos agiam, ou seja, pelo fato de fazerem da morte uma atividade econômica.

Para esse narrador, o fator econômico não tinha de fato peso, já que pode ser “qualquer conto de réis”, o pagamento, e essas pessoas se qualificam por serem naturalmente más, apenas se utilizando dessa maldade inerente para ganhar dinheiro. A “ruindade” configura o fator diferencial entre esses matadores e o cidadão comum, conforme se observa a partir da afirmação que “êle não era mais homem do que ninguém. Era apenas mau [...]”. Nesse sentido, tais indivíduos se caracterizam como o intermediário entre os cidadãos comuns e os representantes de poder estatal, contribuindo para a perpetuação desse poder. O último excerto, entretanto, traz um segundo tipo de figura, um juiz que se ocupa em prol da justiça em seu termo mais puro, sem se importar com “ameaças de gente rica”.

Quando o narrador diz que o juiz é “agarrado com o código” está evidenciando a presença de um indivíduo que quer efetivamente fazer valer o código penal, ou seja, ele acredita que o poder estatal deve ser manifestado através do cumprimento das leis estipuladas por esse Estado. O poder do Estado deveria sucumbir-se a todos, independentemente de seu poder financeiro. No entanto, o poder financeiro se demonstra-se como fator de peso, na medida em que o “juiz teria ficado marcado” pelas suas atividades, por querer aplicar a regra da legislação sobre a elite financeira. O narrador chama isso de “mexer em casa de marimbondos”.

Tal expressão é dada a partir do entendimento que o narrador tem sobre o perigo que essa ação pode significar para o próprio juiz, ao se contrapor aos privilégios legislativos dessas elites. Esses privilégios estão embutidos em expressões como “desengavetar processos” (remetendo-se aos processos que são guardados e esquecidos em gavetas, para beneficiar seus autuados) em prol de “consertar tudo que estava errado”. Nesse sentido, e dentro perspectiva narrada, ao tentar aplicar a lei de forma igualitária, atingindo inclusive as camadas privilegiadas da sociedade, o juiz é apresentado como a figura mais próxima da justiça social, quando comparado aos outros personagens, como os citados nos fragmentos acima do referente.

Apesar disso, é possível observar que em nenhum momento o narrador diz que o personagem era contrário à ideologia imposta pelo aparelho estatal, muito pelo contrário, ele se mostra apto a cumprir rigorosamente com o código de leis que embasa e reitera essa ideologia, fazendo com que o rigor da lei alcance até mesmo os mais ricos. Desse modo, o fragmento também

demonstra a perpetuação das bases sociais ideológicas sociais da relação com o poder, observadas, e explicitadas através do discurso do narrador. A justificativa que a Análise do Discurso traz para compreender para tal fenômeno é o poder não possuir fonte nem origem, mas ser algo que opera através do discurso, já que se configura como um elemento em um dispositivo estratégico de relações de poder (FOUCAULT, 2006, p. 253).

Assim, *Rio Turuna* apresenta personagens divididos entre a coragem da população e a covardia do coronelismo, entre a justiça repressora institucionalizada e a justiça aplicada pelas próprias mãos, representada pelos jagunços que, por sua vez, eram mandados dos coronéis (MAIA; SOARES, 2021, p. 252). Essa configuração social emerge no discurso de Eli Brasiense, uma vez que o discurso se apresenta como resultado do trânsito da linguagem entre o que é dizível por meio da memória (e segundo o qual se retorna ao que um dia foi dito) e a ruptura com os processos de significação. Assim, todas as vezes que falamos, mexemos nas redes de sentidos, e suscitamos as ideologias que se apresentam no interdiscurso. (ORLANDI, 1999, p. 36).

“Inconscientemente ou não, sujeitos na prática discursiva cotidiana, reproduzem ideologias e colaboram para a perpetuação das relações de poder inerentes, sobretudo aos sistemas de produção capitalista” (MAIA; SOARES, 2021, p. 253). Dessa forma, encontrar a disposição social retratada pelo autor em seu texto é um aspecto natural desse discurso. Entretanto o exame dessas características, a partir de sua análise cenográfica, contribui no sentido de consideração e interpretação das condições sob as quais *Rio Turuna*, enquanto prática discursiva, ocorre.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No intuito de analisar o espaço discursivo da obra literária *Rio Turuna* (Eli Brasiense, 1964), utilizamos o aparato teórico-metodológico da Análise do Discurso no emprego do conceito de cena da enunciação. Além disso, e visando estabelecer precisão em nossa análise, selecionamos alguns trechos da obra que melhor retratam a cena em questão e que proporcionam, de maneira mais direta, a interpretação das condições de produção da obra.

Especificamente, a cena da enunciação no objeto se desdobra em três: é um discurso literário (fator que corresponde à sua cena englobante), um romance modernista-regionalista (cena genérica) e é um relato em forma de narração sobre a vivência da população ribeirinha nos arredores do Rio Tocantins, na década de 1940 (cenografia). O rio – chamado pelo autor de

“Turuna”, expressão que nomeia a obra – opera como um personagem principal, sobre o qual se unem os outros personagens da história.

Apesar da não obrigatoriedade combinativa entre cena genérica e cenografia, na obra, elas se associam, na medida em que os elementos que classificam como um romance regionalista – como a sua estrutura (narrativa em prosa, estabelecimento de personagens e temporalidade a partir de uma ação), as temáticas relacionadas à conflitos sociais, a observação de uma estrutura social e econômica em seu contexto, o seu movimento narrativo, focado na problemática humana dos habitantes da região, bem como o destaque de elementos geográficos (como o Rio Tocantins) – são características que quando tratadas em sua singularidade discursiva, compõe a cenografia do objeto.

Na análise dos recortes, tratamos da personificação do rio, um personagem mediador da sobrevivência na região, se tornando o elemento de união entre os personagens. As atividades econômicas da região se moviam em torno do rio, de maneira que as relações de poder e de classe são, inclusive, descritas a partir de metáforas relacionadas a ele. Verificamos também a utilização de patentes e cargos, como forma de demarcação do poder (MAIA; SOARES, 2021, p. 250), de modo que as mais altas patentes correspondem, no texto, a um maior poder financeiro.

É possível também apurar, nos trechos, elementos que se debruçam sobre os privilégios sociais garantidos aos indivíduos de maior poder na sociedade, bem como o elemento da violência armada exercida por intermediários do poder Estatal, de modo que é possível compreender, a partir disso as estratégias de dominação utilizadas pelo Estado para manter a hegemonia do poder. Assim, *Rio Turuna* apresenta um recorte social, em que se observa a coragem da população e a covardia do coronelismo, a justiça repressora institucionalizada e a justiça aplicada pelas próprias mãos (MAIA; SOARES, 2021, p. 252).

A partir da análise dos fragmentos, também foi possível concluir que os relatos da narrativa ocorrem de modo difundir as relações de poder observadas no texto, na medida em que o narrador o reforça e perpetua as relações de poder ao enunciar, de acordo com sua posição “socio funcional”, (ORLANDI, 1999, p. 39), uma vez que ele opera como um narrador-personagem, alguém inserido naquele contexto. Sua fala, oriunda daquele determinado lugar transmite as relações ideológicas e hierárquicas que permeiam a circunstância, como a relação de poder atrelada ao rio, existente entre oficiais, fazendeiros e pessoas comuns.

Nesse sentido, buscamos no conceito de interdiscurso, ou memória discursiva, que sustenta o dizer em uma estratificação de formulações já feitas, mas esquecidas e que vão construindo uma história de sentidos). Assim, todas as vezes que falamos, mexemos nas redes de sentidos, e suscitamos as ideologias que se apresentam no interdiscurso (ORLANDI, 1999, p. 54). É sobre essa memória que a análise dos recortes se embasa: é como se o narrador tivesse consciência do todo em que sua sociedade se insere, a partir das descrições estabelecidas do seu local de fala.

Dessa forma, a configuração social e ideológica das relações hierárquicas de poder que emerge no texto de Eli Brasiliense, se faz num processo discursivo natural, em que o discurso se apresenta como resultado do trânsito da linguagem entre o que é dizível por meio da memória (e segundo o qual se retorna ao que um dia foi dito) e a ruptura com os processos de significação. Entretanto a caracterização desses elementos, a partir de sua análise cenográfica, contribui no sentido da compreensão e interpretação das condições sob as quais *Rio Turuna*, enquanto prática discursiva, ocorre. Portanto, é possível afirmar que a cenografia envolvida em *Rio Turuna* representa muito mais do que apenas as margens de um simples rio.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado**. Lisboa: Presença, 1980.

BOSI, Alfredo. **História concisa da Literatura Brasileira**. 41. ed. São Paulo: Cultrix, 1994.

BRASILIANSE, Eli. **Rio Turuna**: romance. Livraria J. Olympio Editora, 1964.

FOUCAULT, Michel. **Diálogo sobre o poder**. In: FOUCAULT, M. Estratégia, poder-saber. Tradução Vera Lucia Avellar Ribeiro. Organização e seleção de textos de Manoel Barros da Motta. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006. p. 253-266.

MAIA, Cinara Teodoro; SOARES, Thiago Barbosa. A Discursividade em Rio Turuna: Uma Análise de Sujeitos e Sentidos da Identidade Goiano-Tocantinense. **Revista FSA**, Teresina PI, v. 18, n. 02, art. 13, p. 241-256, fev. 2021.

MAINGUENAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Trad. Cecília P. de Souza e Silva e Décio Rocha. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2004.

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. Org. S. Possenti e Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva. São Paulo: Parábola Editorial, 2008a.

MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos discursos**. Trad. S. Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2008b.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e Análise do Discurso**. Trad. Sírío Possenti. 1. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 5. ed. Campinas, SP: Pontes, 1999.

SENO, Ana Regina. **O Ethos no discurso político de Dilma Rousseff: a imagem da mulher na política**. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Programa da Pós-Graduação em Linguística, Universidade Federal do Espírito Santos, Vitória, 2014.

SOARES, Thiago Barbosa. **Percurso Linguístico: conceitos, críticas e apontamentos**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2018.

O CORPO NA MATERIALIDADE DISCURSIVA DO SUCESSO: UMA ANÁLISE DE CAPAS DE REVISTA “CORPO A CORPO”²⁷

Damião Francisco Boucher

Universidade Federal do Tocantins

Thiago Barbosa Soares

Universidade Federal do Tocantins

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Ao pensar o corpo como uma extensão da linguagem, bem como materialidade discursiva, ponderamos o aporte de sua função para certos processos enunciativos com poder de subjetivação, porquanto é impraticável dissociar corpo e discurso do processo de interpelação de indivíduos em sujeitos, a qual se dá pela ideologia (PÊCHEUX, 1997). Nessa perspectiva, ao relembrar o quadro epistemológico da Análise do Discurso (doravante AD), que surge na França, em 1969, “ano em que nascem duas grandes publicações para a Análise do Discurso, a lembrar, *Análise Automática do Discurso*, de Michel Pêcheux, e *A Arqueologia do Saber*, de Michel Foucault” (SOARES, 2020, p. 167), podemos afirmar que esse campo tem produzido diversas reflexões sobre o corpo como plataforma de discursivização e de subjetivação de sujeitos.

No Brasil, seu quadro epistêmico se alarga ainda mais com as contribuições de Piovezani (2007), no que se refere ao enunciado (verbal), o corpo e a voz no campo político e de Soares (2016, 2017, 2018a, 2018b, 2018c, 2019, 2020, 2021) ao relacionar os estudos da produção do sujeito de sucesso e da voz e sua influência/afetação no campo musical, sobretudo, pelos estudos acerca da estética da voz de sucesso e seu movimento de subjetivação da escuta. Com os estudos sobre o corpo como objeto enunciativo e mercadológico, é possível identificar, os sujeitos, as classes sociais, o relacionamento entre essas, assim como a sexualidade (BOUCHER e SOARES, 2021). De modo geral, podemos refletir o comportamento de uma determinada época, se o quisermos chamar, com algumas aspas, de *zeitgeist*, como os iluministas alemães o fizeram.

²⁷ Artigo derivado do projeto de pesquisa intitulado “O sucesso midiático como ponte para o sucesso político” sob o número de registro 3536 junto à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação da UFT.

Diante da mencionada conjuntura, e se valendo tanto do aparato teórico-metodológico da AD quanto das contribuições de noções-chaves da semiótica greimasiana, objetivamos analisar o corpo como extensão da linguagem como discursivização do sucesso. Dessa maneira, procuramos depreender como a mídia tem tomado o corpo como uma plataforma de subjetivação através de elementos verbo-visuais que interseccionam o discurso do sucesso midiático, o discurso da saúde e o discurso erótico a outras semioses. Para isso, utilizamos como objeto de análise, as capas da revista “Corpo a Corpo”, especificamente as edições que trazem as atrizes Chandelly Braz, Sabrina Sato e Vanessa Giácomo como garotas-propagandas nas edições de 2014, 2015 e 2016 respectivamente.

Tal empreendimento busca primeiramente esclarecer o funcionamento discursivo através de princípios e procedimentos da AD, tais como as noções de sucesso (SOARES, 2016, 2017, 2018a, 2018b, 2018c, 2019, 2020, 2021), dos processos parafrásticos e polissêmicos, das memórias, do movimento inter e intradiscursivo e outros dispositivos imprescindíveis na mobilização da dinâmica descritiva-interpretativa. Com o método de batimento descritivo-interpretativo, tocamos em pontos específicos da semiótica greimasiana, como a sintaxe de nível narrativo e a noção de debreagem, a fim de demonstrar alguns aspectos multimodais que, além de marcar o sujeito enunciativo/enuncivo, o espaço e o tempo, fazem funcionar a manipulação, a competência, a performance e as sanções nos discursos da revista. Dessa forma, esperamos compreender como o corpo é discursivizado a partir do funcionamento da subjetivação e conseqüentemente a resignificação de sujeitos e de sentidos no discurso do sucesso midiático.

CORPOS, CURVAS E EROTISMO: A DISCURSIVIZAÇÃO DO SUCESSO

Falar do alto de uma tribuna, mantendo a metade do corpo inclinado sobre os ouvintes, produzia o efeito de uma dominação do orador em relação ao seu público e conferia-lhe ou, antes, reforçava-lhe o estatuto de intercessor entre o divino e o profano, entre Deus e os homens. A “dominação” do auditório não é, no entanto, somente o corolário da utilização de um tom demasiado contundente, mas decorre de posturas corporais e de condutas gestuais tênues, conjugadas com uma entoação

afável, benevolente e compassiva, diferentemente das alocações teológico-universitárias do magister que, embora fossem efetivadas do cimo de cátedras bastante semelhantes às *chaires* das igrejas, eram ásperas e peremptórias. (PIOVEZANI, 2007, p. 38).

Ao considerar o trecho acima, guardadas as devidas diferenças entre o percurso e a perspectiva analítica aqui empreendida, podemos constatar a indissociabilidade do corpo e da voz no processo de enunciação. Como é possível perceber, na produção enunciativa ao longo da história, o corpo, uma materialidade discursiva e, conseqüentemente, uma extensão da linguagem exerce sobre seu público uma maior influência. Segundo Soares (2022, p. 133), o regime de saber empirista possuía “seu núcleo fundante no corpo” e, ao longo do pensamento racionalista, o corpo também era de suma importância para a vida social, porquanto tomava-se como fato “de que para se pensar é necessário um corpo” (SOARES, 2022, p. 134). Essa materialidade discursiva, geradora da dinâmica humana através de condutas gestuais tanto tênues quanto agressivas ocupa os espaços sociais reproduzindo sentidos, ora deslocando-os, ora estabilizando-os (PÊCHEUX, 1997). Ademais, o corpo, ainda como um objeto comercializável e rentável, torna-se parte integrante de uma rede de sentidos que atravessa o campo político, da saúde, do lazer entre outros de sua permeabilidade, contribuindo, conseqüentemente para a manutenção das formações imaginárias, ou seja, as imagens dos sujeitos e suas posições discursivas que resultam de projeções as quais “significam em relação com o contexto sócio-histórico e à memória (o saber discursivo, o já-dito)” (ORLANDI, 2015, p. 38).

É justamente esse movimento de deslizamento e de estabilização entre os campos sociais que interessa esse empreendimento analítico, porquanto o corpo como enunciado imagético perpassa a linha tênue de três discursos que serão base do entrelaçamento discursivo aqui analisado, a saber, o discurso do sucesso (SOARES, 2018a, 2018b, 2018c) e os discursos erótico e pornográfico (PIETROFORTE, 2013).

Primeiramente, é preciso esclarecer que “não é possível mirar o sucesso como quem olha uma foto. Não se pode depreendê-lo de um golpe só” (SOARES, 2018a, p. 169). Em outros termos, mesmo sendo ironicamente a imagem do corpo a materialidade discursiva em apreciação, o sucesso que propomos descrever e interpretar não funciona como uma foto observada em si, mas na dinamicidade de um conjunto de dizeres atualizados nos quais produzem direta e indiretamente efeitos impactantes que afetam as relações econômicas e afetivas dos sujeitos (SOARES, 2018a).

Diante dessa perspectiva conceitual sobre o sucesso como catalisador de subjetivação, chamamos atenção para o sucesso do corpo, ou melhor, o “corpo do sucesso” que por meio do mencionado conjunto de dizeres faz funcionar efeitos que entrecruzam a linha tênue entre o erótico e o pornográfico, entre o sentimental e o sexual, com o objetivo de influenciar as tomadas de decisão do sujeito disposto a esses sentidos. Sobre o processo de subjetivação:

Foucault (2014, p. 82, apud REVEL, 2005) põe em relevo que a subjetivação designa “um processo pelo qual se obtém a constituição de um sujeito, ou, mais exatamente, de uma subjetividade”. Em outras palavras, o sujeito, ao fazer a leitura do discurso midiático, pode ser influenciado e transformado por dada representação que é constituída por imbricações em uma sequência de acontecimentos discursivos (BOUCHER e SOARES, 2020, p. 119).

Isso porque certos dizeres, difundidos no meio social, carregam em sua configuração enunciativa pré-construídos, quer dizer, elementos linguísticos atravessados por memórias discursivas que provocam um movimento injuntivo de retorno daquilo que se produziu, “o efeito subjetivo de anterioridade” (HENRY, 1990, p. 61). Esses pré-construídos ora deslizam-se para o núcleo significativo do erotismo, ora estabilizam-se, permanecendo dentro do núcleo significativo do discurso pornográfico. Esse é o caso do sintagma “sexy já!” que, como veremos na seção de análise, é utilizado pela revista “Corpo a Corpo” como um catalisador de sucesso, estruturado em uma debreagem enunciativa e enunciva, ou seja (FIORIN, 1995, 1996), apresenta materialmente demarcações linguísticas de sujeito (ora velado, ora explícito), de espaço e de tempo nos enunciados, preenchidos com efeitos de sucesso (SOARES, 2020). Tais demarcações afetam a forma como o sujeito faz (res)significar seu próprio corpo e sua relação atual(izada) com o mundo (SOARES, 2022).

Dessa forma, ao afetar sujeitos e sentidos com seus enunciados intrincados, a revista também se insere em uma determinada formação discursiva. Segundo esta noção, o sujeito enunciativo se encontra em dada região de sentidos em que um conjunto de regras determina “o que pode e deve ser dito, a partir de uma dada posição, numa dada conjuntura” (PÊCHEUX, 2011, p. 73). Tais formações discursivas somente podem ser examinadas pela observação dos movimentos interdiscursivos e intradiscursivos, porquanto

tal procedimento analisa aquilo que foi dito antes e como esse “já-dito” afeta sujeitos e sentidos ao se atualizar nas bases intradiscursivas, isto é, no campo da formulação atual dos discursos e de suas condições de produção (COURTINE, 2014).

A partir dessas considerações, ao propormos o referido movimento analítico, confrontando três acontecimentos discursivos distintos, sua constituição, bem como sua recursividade, propomos observar o processo de construção da argumentação, bem como a reprodução de manipulações que ora são constituídas por efeitos sedutores, ora por efeitos intimidadores. Portanto, essas estruturas sintáticas que formam a argumentação, segundo Soares (2018c, p. 103), “movimentam os circuitos semânticos em que são inscritos os objetos do nível narrativo, abrindo margens ao nível discursivo”.

Por conseguinte, ao abrir margem para o mencionado nível, abre-se também a possibilidade de se verificar a constituição do “corpo-sujeito” (considerando a objetividade e a subjetividade do corpo), do tempo e do espaço “segundo os quais a instância enunciativa se estrutura para enunciá-los. O eu-aqui-agora da enunciação (FIORIN, 1995, 1996) é projetado na configuração enunciativa dos textos produzindo seus efeitos [...]” (SOARES, 2018c, p. 103-104) e, por conseguinte, precipita uma determinada imagem no lastro discursivo. No caso em questão, há a imagem que a revista faz de seu leitor (enunciatório), dela como enunciativa-portadora das benesses da saúde e da beleza (enunciador), do ambiente possível para essa mudança (espaço: casa, rua, academia etc.) e a rapidez que tais benesses podem ser alcançadas (tempo).

Diante das considerações e noções expostas mais acima e trabalhando a partir dos princípios e procedimentos consagrados no campo discursivo, passamos às análises, utilizando o batimento descritivo-interpretativo como procedimento técnico. Com tal empreendimento, visamos demonstrar como o corpo é discursivizado pela revista “Corpo a Corpo” fazendo funcionar, assim, a subjetivação e, conseqüentemente, a resignificação de sujeitos e de sentidos de sucesso circulantes no espaço social.

O CORPO DO SUCESSO: PLATAFORMA DE SUBJETIVAÇÃO (?)

Passamos às análises das capas da revista “Corpo a Corpo”, publicadas nos anos de 2014, 2015 e 2016 respectivamente. A título de organização estrutural de nossa descrição-interpretação, trazemos primeiramente uma investigação acerca dos efeitos de sucesso engendrados em sua constituição,

depois, faremos uma averiguação dos não-ditos, analisando algumas oposições semânticas produzidas pela debreagem enunciativa (FIORIN, 1995, 1996). Assim, investigamos sentidos pressupostos e subentendidos (DUCROT, 1987) na micronarrativa da capa da revista. Posteriormente, buscamos analisar como os pré-construídos “sexy já!” entre outros, relacionam-se com o corpo de sucesso e com o político, produzido pela revista e como esta faz retornar sentidos pré-estabelecidos entrecruzando argumentos que já estão cristalizados nas formações imaginárias e que afetam a maneira como sujeitos concebem o corpo de sucesso. Por fim, observamos como são construídas as manipulações e quais efeitos essas produzem no sujeito leitor.

Ao analisar as capas da revista *Corpo a Corpo*, notamos de início uma configuração padronizada e recursiva em sua constituição. A maioria delas traz em seu bojo sujeitos, ou melhor, mulheres de sucesso midiático, porquanto a revista deixa subentendida a preferência de seu público leitor (mulheres). Esses sujeitos de sucesso reforçam a legitimidade e autoridade que a revista tem ao tratar de saúde e de beleza, pois não são quaisquer mulheres, são atrizes, apresentadoras, modelos, cantoras, entre outras celebridades do mundo midiático que denotam fama e sucesso.

A partir desse exame inicial, percebemos que a revista, investida do entrecruzamento do discurso do sucesso midiático (SOARES, 2022) com outros que são regulados pelos seus respectivos mercados, retoma a discursivização do sucesso como um objeto de desejo e conseqüentemente aumenta o seu potencial argumentativo. Ou seja, de acordo com Soares (2018a, p. 170, aspas nossa), “o entrelaçamento dos discursos do sucesso a outros de condições sociais já bem estabelecidas como os discursos da riqueza, da saúde, do mérito, entre tantos, ‘confere a revista’ uma autoridade quase absoluta”.

Diante desse panorama sobre aspectos gerais na configuração constitutiva da capa da revista, passamos agora a analisar os elementos enunciativos específicos como os não-ditos, as oposições semânticas pressupostas e subentendidas, trazidas pela debreagem enunciativa (FIORIN, 1995, 1996) e pelos pré-construídos (HENRY, 1990). Assim, observamos como esses elementos linguísticos se relacionam com outras semioses para construir a representação do corpo de sucesso e, por conseguinte, produzir efeitos de subjetivação e ao mesmo tempo de exclusão (FOUCAULT, 2014).

Figura 1: Chandelly Braz



Fonte: Corpo a Corpo, 2014²⁸.

A capa da revista *Corpo a Corpo*, publicada em 2014 (figura1), traz a atriz Chandelly Braz como referência de corpo de sucesso. Elementos visuais constituintes do espaço, como água do mar e areia de praia denotam a liberdade, o prazer e o entretenimento, porquanto a praia, nas formações imaginárias, é a posição do corpo bonito, esteticamente impecável e, sobretudo, o espaço da injunção à “pouca roupa”. Esses elementos subentendidos denunciam uma postura da revista em não “transgredir” tanto o sujeito-propaganda quanto os sentidos dos elementos verbais em destaques. Ela procura estabilizá-los em determinadas regiões de sentidos (PÊCHEUX, 1997), criando uma aceitabilidade visual que reverbere sentidos metaforizados como “praia e corpo seminus são combinações aceitáveis”.

Por outro lado, também é possível observar a oposição semântica da constituição verbo-visual entre o saudavelmente erótico e o vulgarmente pornográfico, porquanto a revista, ao dar relevo para determinados enunciados, e não outros, pratica discursivamente o jogo da duplicidade. Em outros termos, Orlandi (2015, p. 35) destaca que “a língua é sujeita ao equívoco e a ideologia é um ritual com falhas que o sujeito, ao significar, se significa”. Por isso, a

²⁸ Disponível em: <https://corpoacorporo.com.br/famosas/famosas-da-capa>. Acesso em: 15 maio de 2021.

revista, determinada por sua constituição ideológica, não pode se apresentar como difusora da perversão de paradigmas sociais, nem mesmo conceber o sujeito de sucesso como pervertido, porque, como destaca Soares, (2019, p. 33), “O sujeito do sucesso não pode ser mau, ao contrário, precisa ser um sujeito bom para ter seus atributos inflamados pela mídia”. Dessa forma, a revista precisa chamar a atenção de suas leitoras para o produto de qualidade que ela pode oferecer, a saber, o corpo do sucesso.

Disso, observamos que alguns elementos verbais estão dispostos de forma a apontar seus sentidos para o corpo de Chandelly Braz, centralizado na capa da revista. Esse apontamento é possível porque a incompletude é a condição primordial da linguagem e, logo, tanto os sujeitos e sentidos quanto os discursos se apresentam inacabados e inconclusos (ORLANDI, 2015), margeados pelas possibilidades inoculadas pela constituição material de traços visíveis que se remetem a outros somente abertos pela compreensão interpretativa.

Como exemplo, encontramos elementos verbais destacados em negritos, em detrimento de outras expressões apagadas, sintagmas como “o novo sexy já!”, “*crossfit*”, “ioga”, “dieta” (à esquerda do corpo da atriz) causam efeitos de dinamicidade, de hábitos saudáveis, assim como “delícia”, “Chandelly Braz”, “Pernas e bumbum durinhos”, “depilação” e “em casa ou na clínica” (disposto de cima para baixo, nessa ordem) trazem o efeito do erotismo. Quem é delícia, com pernas e bumbum e durinhos? Uma determinada disposição ordenada, como essa, cria efeitos que Pêcheux (1997) chama de relações de sentido, ou seja, os discursos resultam de relações contínuas entre as instâncias enunciativas. “Um discurso aponta para outros que o sustentam, assim como para dizeres futuros (ORLANDI, 2015, p. 37).

Dessa maneira, a revista busca, em sua configuração constitutiva de sentidos, os dizeres sobre o corpo adotando uma determinada região de sentidos já pré-estabelecida. Guiada por memórias discursivas sobre o elogio ao corpo feminino, a revista, em uma posição actancial enunciativa (FIORIN, 1995, 1996), ou seja, instalando um efeito de neutralidade em seus dizeres através de um “ela” “Chandelly Braz”, ora faz deslizar dados sentidos para o campo culinário (sufilé, risoto e outras delícias), ora para o campo erótico-pornográfico ao comparar o corpo como objeto de desejo, comestível, representado pelo sintagma “delícia” destacado em negrito, e disposto ao lado do rosto de Chandelly Braz.

Segundo tal configuração de sentidos que entrecruza os elementos verbais e visuais, vemos a debreagem enunciativa (FIORIN, 1995, 1996): a) o eu-revista que enuncia o outro; b) o outro representado pelos sujeitos portadores do

corpo de sucesso e os sujeitos que o desejam (leitores); c) o espaço representado pela praia, a clínica, a casa e; d) o tempo representado pelo movimento corporal nas expressões “queimar 2 mil calorias em uma aula”, “emagrecer 5 quilos em 1 mês”, 10 movimentos de MMA e “menos dor com resultados mais rápidos”.

Dessas considerações, nota-se que os enunciados funcionam como duplo indicadores de sentidos, pois, além de direcionar as semioses para outros campos, outras regiões (saúde, culinária, beleza, defesa), denotam também sentidos do/para o corpo (SOARES, 2022). Há na capa analisada, uma infinidade de elementos geradores de sentidos que dialogam com outras instâncias enunciativas, no entanto o excesso analítico seria improdutivo devido à delimitação dessa configuração textual. Todavia, nas outras duas capas a serem analisadas, buscamos verificar o funcionamento do pré-construído “sexy já!” e outros elementos enunciativos relevantes para a compreensão dos processos de subjetivação. Também observaremos as formações discursivas da revista, as manipulações por tentação (sanção positiva) e intimidação (sanção negativa), bem como a imagem que ela faz de seu público-alvo e de si mesma através de suas escolhas lexicais.

Figura 2: Sabrina Sato



Fonte: Corpo a Corpo, 2015²⁹.

²⁹ Disponível em: <https://corpoacorporo.com.br/famosas/famosas-da-capa>. Acesso em: 15 maio 2021.

Na segunda capa de revista, (figura 2), também vemos a mesma configuração observada na capa anterior, uma debreagem actancial enunciativa que situa o “ela”, um sujeito de sucesso, a saber, Sabrina Sato, escondendo um “eu” enunciativo (no caso a revista *Corpo a Corpo*) instalando a embreagem, isto é, o efeito de neutralidade, um “aqui” imagético (FIORIN, 1995), jogando com a oposição semântica de inocência vs. indecência representado pelo balanço de parquinho, assim como a injunção à “pouca roupa” e pelo enunciado, todo em letra chamativa, “CURVAS SEXY JÁ!”. Também podemos observar o tempo representado pelos sintagmas “sem tempo para malhar” “hoje mesmo”, “oi verão” “menos 5 quilos em um mês” “uma semana”. Esses elementos constitutivos dos sentidos nas capas aqui analisadas promovem efeitos ritualísticos, ou seja, implicações que determinam o comportamento que todo sujeito deve ter se almeja alcançar as tão desejadas “curvas sexy” de Sabrina Sato.

Quanto às manipulações por tentação (sanção positiva) e intimidação (sanção negativa), propomos examinar um dos vários elementos verbais enunciados pela revista. No canto superior direito do suporte midiático, temos o seguinte enunciado: “sem tempo para malhar? Inspire-se no treino a jato da Sabrina”. O mencionado recorte nos possibilita pressupor que, para a revista, o sujeito leitor não malha porque não tem tempo e nem inspiração.

Por essa razão, ao pressupor as condições do sujeito leitor, a revista produz um ato de fala performativo, ou seja:

Um enunciado que não constata a possibilidade de voltar a malhar, mas performa uma injunção à compra da revista, porquanto a lógica condicional criada pela manipulação se apoia no fato de que se o sujeito leitor não comprar a revista, sofrerá a sanção negativa de não se inspirar e continuará sem tempo para malhar, pois não adquirirá os treinos da Sabrina que possibilitarão maior “desempenho de tempo e inspiração” (BOUCHER e SOARES, 2021, p. 19).

Unido ao que foi mencionado no trecho acima, também fica pressuposto que não é um treino comum por se tratar da habilidade de uma celebridade de alta performance. Isso porque Sabrina, como estrela da televisão brasileira, é avaliada constantemente pela mídia e seus fãs, logo, seu treino precisa ser rápido e eficiente para sempre manter a padronização de seu corpo. Por essa razão, observamos e acertamos em afirmar que o contínuo (e

quase perpétuo) condicionamento ao corpo perfeito faz parte de um processo histórico mais amplo remontando a ideia grega de “Mens Sana in Corpore Sano”³⁰. Nota-se dessa lógica contínua de subjetivação que Sabrina Sato tanto é modelo para os que a compram quanto é levada a injunção de um controle quase invisível sobre o corpo, a saber, o discurso do corpo de sucesso (BOUCHER e SOARES, 2021).

Dessas considerações, subentende-se desse enunciado que a revista se coloca impositivamente como a detentora desse treinamento e, como tal, a única que possibilita ao leitor a ter um corpo de sucesso “a jato”, isto é, em pouco tempo. Em contrapartida, além de observamos naturalmente uma manipulação por tentação na qual configura-se a metáfora da troca, “se me compra, tem o guia do emagrecimento a jato”, observamos também que o próprio pré-construído “jato” faz funcionar as memórias da tecnologia as quais apontam para o desenvolvimento de aparelhos que atingem altíssimas velocidades. Desse ponto, faz-se uma comparação velada entre métodos e técnicas de emagrecimento que não funcionam ou minimamente são lentas e aquele oferecido pelo actante enunciativo revista (FIORIN, 1995, 1996), a saber, “o treino a jato da Sabrina”.

Outros efeitos de sentido que “Corpo a Corpo” usualmente traz em sua capa é o revolucionário, o libertário, como exemplo, os pré-construídos “curva sexy já!” e “barriga sexy já”, mantendo uma relação de sentido com os enunciados políticos de “diretas já”, expressão que emerge na conjuntura histórica brasileira onde a população reivindicou o direito de escolher seus representantes. Desse ponto, as formações imaginárias remetem ao pré-construído com sinonímia de liberdade. Ao verificar o tácito no dito “curva sexy já”, podemos pressupor um sujeito que está preso a um corpo sem curva que marca também a oposição semântica de sexy: brochante, não atraente e que para se libertar dessa condição, tem a revista como apoio, como suporte do “saber-libertar”.

Diante dos pontos verificados na segunda capa que aponta para uma “revista líder” com “poderes libertários”, procuramos rastrear na terceira capa as regularidades dos dizeres sobre o corpo e, percebemos que os mencionados efeitos ritualísticos se repetem e trazem os mesmos pré-construídos.

³⁰ Tradução livre: “Mente sã, corpo são”.

Figura 3: Vanessa Giacomó

CORPO A

www.corpoacorpo.com.br

make de arrasas
Looks coloridos incríveis
+40 produtos a partir de R\$ 6
(inclusive importados!)

hot, hot, hot
Como usar secador, chapinha
e babylliss sem danificar os fios

SHOW DE CURVAS

+BARRIGA SEXY JÁ!
+Dieta seca 1,5 kg de
gordura por semana
+Treino de 15 minutos
chapa o abdome
+Tratamentos afinam
na primeira sessão

contagem regressiva para o verão
Aplicativos, sites e jogos
ajudam a queimar calorias

cremes mágicos
Combatem flacidez, rugas,
manchas... E mais: como
aplicar e turbinar os efeitos

Vanessa Giacomó
As armas secretas
da atriz para ficar
com este corpaço

NUMERO 98 - PREÇO R\$ 7,90

Fonte: Corpo a Corpo, 2016³¹.

Diante ao exposto, constatamos especificamente o pré-construído “sexy já!” na capa publicada em 2016 e que traz Vanessa Giacomó como sujeito de sucesso, podemos depreender que o actante enunciativo revista (FIORIN, 1995, 1996) tem em seu conjunto de dizeres, ou seja, em sua formação discursiva, memórias discursivas que trazem o sentido de “sexy já!” relacionado ao corpo de sucesso (SOARES, 2018a, 2022). Em outras palavras, em sua rede de sentidos, o sujeito de sucesso e o “corpo sexy” são indissociáveis. Há nessas formações enunciativas, a manutenção de um imaginário, ou melhor, de formações imaginárias (PÊCHEUX, 1997), na qual “a revista reproduz a imagem de si como aquela que tem o poder de transformar corpos não atraentes em corpos sexy” (BOUCHER e SOARES, 2021, p. 20). Assim como o pré-construído “sexy já!”, outros sintagmas que têm tenuous relação com os discursos erótico e o pornográfico despontam ao lado das celebridades. Dessa ótica, Pietroforte (2013, p. 86) é acertado ao afirmar que “as definições lexicográficas

³¹ Disponível em: <https://corpoacorpo.com.br/famosas/famosas-da-capa>. Acesso em: 15 maio 2021.

em dicionários, para a semiótica, não funcionam como registros adequados entre palavras e coisas, mas como reflexo de um ponto de vista dominante em determinada cultura”.

Do mesmo modo, para a revista, “o corpo sexy já!”, é mais que uma preocupação estética, corresponde a uma inquietação política e libertária da mulher. Por isso o percurso interdiscursivo e sua observação no campo da atualização enunciativa (o intradiscursivo), são movimentos extremamente importantes para compreender os deslizamentos e a estabilização dos elementos linguísticos. Unido a isso, o exame das memórias discursivas nos possibilita compreender que as expressões “show de curvas”, “make de arrasar”, “barriga sexy já!” “as armas secretas” (figura 3), “inspire-se no treino a jato de Sabrina”, Curva sexy já!” “a poderosa dieta *mind*” (figura 2), “o novo sexy”, “delícia” “dieta *dash*” (figura 1) etc., fazem parte de uma rede de sentidos com bifurcações que ora se encontra nos discursos político, da saúde, da beleza, ora se adentra na interseção do erótico e do pornográfico, tendo sempre como ponto focal o corpo investido de sucesso (SOARES, 2018a, 2022).

Diante da imagem que a revista faz de si e de seus leitores, ela acaba por denunciar suas formações ideológicas. Na capa de 2014 (figura 1), a revista revela um cardápio sofisticado que não se encontra na mesa de qualquer casa brasileira, a saber, “receitas funcionais de risoto, suflê, quiche e outras delícias”. Outro cardápio na mesma capa revela o prato saudável de Heidi Klum, considerada uma supermodelo e estilista, e Taylor Swift, uma cantora atualmente aclamada. Seguindo esse mesmo percurso temático, notamos que em outras edições de Corpo a Corpo, que não entraram no corpus de análise, são comuns os chamados cardápios fitness que exigem um poder aquisitivo elevado.

Ora, temos aqui um jogo semântico em que os efeitos trabalham nas regiões da culinária e do corpo, trazendo uma necessidade universal, a saber, a saciedade do corpo. Desse ponto, observamos os efeitos se entrecruzarem entre a culinária e o erótico (PIETROFORTE, 2013), confundindo o prazer de comer a outros prazeres do corpo. Logo, subentende-se que a instância enunciativa, apesar de falar sobre uma necessidade universal a todas as classes sociais (necessidade fisiológicas), não tem como foco principal os leitores de uma classe social menos privilegiada, mas aqueles que podem comprar tanto a publicação, quanto os produtos culinários que ela oferece.

Por esse motivo, o corpo, como dizem os nutricionistas, “constitui-se por aquilo que é ingerido”. Em termos populares, “você é o que você come”. De posse dessas expressões e dos resultados de nossa análise, arriscaríamos

metaforizar isto: “o corpo, em nossa sociedade, é o que se pode ingerir, vestir e, sobretudo, onde se pode aparecer”. Nesse sentido, as intenções mercadológicas da revista a coloca em uma posição de enunciadora do consumismo. Ela fala para aqueles que detêm o capital e, logo, determina quem pode e deve ter o corpo de sucesso, o qual tanto se propaga em meios de circulação em massa.

CONSIDERAÇÕES ACERCA DO CORPO DE SUCESSO

Nesse empreendimento analítico posto, deixamos de observar vários aspectos também relevantes para a compreensão da subjetivação do corpo de sucesso, no entanto, ciente de que é impraticável um batimento descritivo-interpretativo que abranja todos os aspectos de um corpus em sua natureza enunciativa, as descrições feitas nas três capas, foram suficientes para ilustrar o grande caminho que precisamos percorrer para adentrar esse vasto universo que é o discurso do sucesso midiático.

Diante do gesto de leitura aqui empreendido, observamos como a revista “Corpo a Corpo” se coloca como uma plataforma mercadológica, discursivizando o sucesso, a saúde, a riqueza e o erotismo, possibilitando o jogo ambíguo da linguagem na produção simbólica da pornografia, dentre tantos outros entrecruzamentos discursivos para aumentar seu potencial argumentativo. Vimos que a manipulação por tentação e por intimidação se entrecruzam para fortalecer seu discurso de autopromoção. Trabalham na manutenção de uma formação imaginária em que a mulher para ser sexy, deve ter curvas, ser magra e que, somente com as orientações técnicas eficientes, sujeitos fora desse padrão podem sonhar com a “metamorfose instantânea”. Esta engendradora nos sentidos dos pré-construídos “curva sexy já”, “barriga sexy já”, etc., construindo uma metáfora de intimidade, colocando-se como a única revista que está perto de seus clientes, como seu próprio título sugere, Corpo a Corpo.

Retornando ao discurso mercadológico e às manipulações por tentação e intimidação, a revista vende o segredo do corpo de sucesso que somente suas celebridades podem revelar. Nessa perspectiva, a instância enunciativa cria para seus clientes uma oposição semântica de segredo vs. revelação cujos efeitos de sanção negativa são engendrados dentro de uma lógica condicional em que o sujeito manipulado só conhecerá os segredos do corpo de sucesso “se e somente se” acompanhar mensalmente as dicas fitness, de nutrição, de saúde e de beleza. Todos esses campos são injunções que a revista coloca para que o enunciatário consiga voltar à lógica latina de “Mens sana in corpore sano”³².

³² Expressão latina que significa, em tradução livre, “uma mente sã num corpo sã”.

Como ilustração dessas manipulações, colocamos em apreciação o enunciado diametralmente oposto (SOARES, 2021) de *depilação, menos dor com resultados mais rápidos (em casa ou na clínica)* (figura 1): “depilação, mais dor com resultado menos rápidos (só em casa, ou só na clínica)”. Quanto a esse efeito de negação, Soares (2021, p. 105) destaca que:

Outra autora que toca a questão da negação é Authier-Revuz (2001) em que trata, na esteira da psicanálise freudo-lacaniana, como denegação, isto é, a negação como marca capaz de localizar o outro na produção enunciativa. Noutras palavras, Authier-Revuz (1998) reconhece uma heterogeneidade constitutiva da própria língua, que por sua vez, é denegada por uma heterogeneidade mostrada (SOARES, 2021, p. 105).

Ao utilizar esse recurso analítico do enunciado diametralmente oposto, verticalizamos a interpretação e a descrição de dado discurso. Com isso, conseguimos perceber nuances discursivas que não seriam possíveis apreender com o olhar interpretativo horizontal. Assim compreendemos a configuração condicional que a revista cria ao produzir seus enunciados com a pretensão de manipulação por tentação (que configura a troca natural: “se me compra, te dou mais que as outras revistas”) e por intimidação: “se me compra, x, se não me compra, y” na qual “x” torna-se uma sanção positiva, ou seja, um benefício para o sujeito-manipulado e “y”, por seu turno, apresenta-se como a sanção negativa, a restrição do corpo do sucesso.

Outro exemplo que ilustra o caráter persuasivo da revista são os enunciados “truque de beleza que toda mulher precisa” e “as armas secretas da atriz para ficar com esse corpão”. Os dois enunciados denotam um produto precioso que estão nas mãos dos sujeitos de sucesso. Isto é, as celebridades de “Corpo a Corpo” são referências em manter o corpo saudável e belo e por isso têm a legitimidade, a autoridade e a potência para fazer “truques de beleza” e utilizarem “armas secretas” para a manutenção de “seus corpões”. Estes são os efeitos da exclusão (FOUCAULT, 2014) que apaga (ORLANDI, 2007) outras celebridades que não têm “corpões” e não se despontam na capa da revista.

Dessa forma, “Corpo a Corpo”, pelas escolhas lexicais, por apontamentos de serviços e produtos pertencentes a uma classe social mais elevada e, sobretudo, pela utilização recursiva de pré-construídos (HENRY, 1990) que circulam e entrecruzam diversos campos como os da saúde, da beleza, da política etc., revela sua formação social de caráter elitista.

Por esse esclarecimento através dos procedimentos teórico-metodológicos da AD e de outros conceitos do campo discursivo como a debreagem enunciativa/enunciva (FIORIN, 1995, 1996) e outros conceitos semióticos, observa-se a relevância da continuidade das pesquisas sobre o corpo como materialidade discursiva, no âmbito dos discursos do sucesso midiático. Dessas considerações, ao analisar esses movimentos enunciativos na construção das informações midiáticas, podemos ter um contato menos ingênuo com as instâncias enunciativas que discursivizam o corpo (SOARES, 2022) como produto mercadológico; valendo-se de vários efeitos que não são facilmente observáveis, mas que afetam sentidos e sujeitos de maneira significativa, modelando-os e os direcionando a determinadas tomadas de decisões.

REFERÊNCIAS

BOUCHER, D. F; SOARES, Thiago Barbosa. Discursividade verbo-visual: o humor no apagamento/marcação dos discursos midiáticos. *In*: SOARES, T. B.; Cutrim, Ilza Galvão; BUTTURI JUNIOR, Atilio (org). **Mídia Linguagem e Sociedade: espaços, corpos e vozes na atualização da resistência**. 1. ed. – Campinas, SP: Pontes Editores, 2020.

BOUCHER, Damião Francisco. SOARES, Thiago Barbosa. O corpo na materialidade discursiva do sucesso: uma análise de capas de revista “Corpo a Corpo”. **Littera**, nº22, Programa de Pós-Graduação em Letras/Universidade Federal do Maranhão, MA, 2021. p. 8 –26. Disponível em: <https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/littera/issue/view/749/163>. Acesso em: 03 set. 2022.

COURTINE, Jean-Jacques. **A análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos**. São Carlos, SP: EDUFSCar, 2014.

FIORIN, José Luiz. **A pessoa desdobrada**: 1 Alfa, Departamento de Linguística - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas - São Paulo: SP, 1995, p. 23-44.

FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação**: as categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Ática. 1996.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural do Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970; tradução Laura Fraga de Almeida Sampaio. 8. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Editora Loyola, 2014.

HENRY, Paul. Construções relativas e articulações discursivas. Trad. João Wanderley Geral e Celene Margarida Cruz. **Cad. Est. Ling.**, n. 19, p. 43-64, jul./dez. 1990, Campinas, SP.

ORLANDI, Eni P. **As formas do Silêncio**: no movimento dos senti dos. 6. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 12. ed. Campinas, SP: Pontes Editora, 2015.

PÊCHEUX, Michel. **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Organizadores: François Gadet, Tony Hak; tradutores Bethania S. Mariani... [et al.]; 3. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

PÊCHEUX, Michel. Língua linguagem, discurso [1971]. In: PIOVEZZANI, Carlos; SARGENTINI, Vanice (org.). **Legados de Michel Pêcheux inéditos em análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2011.

PIETROFORTE, Antônio Vicente. **Análise do texto visual: a construção da imagem** 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

PIOVEZZANI, Carlos. **Verbo, corpo e voz: Reflexões sobre o discurso político brasileiro Contemporâneo**. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Araraquara, São Paulo. p. 278, 2007. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/103594>. Acesso em: 28 fev. 2021.

REVEL, Judith. **Michel Foucault**: conceitos essenciais. Trad. Maria do Rosário Gregolin, Nilton Milanez, Carlo Piovezani. São Carlos, SP: Claraluz, 2005.

SOARES, Thiago Barbosa. Discurso do Sucesso: sentidos e sujeitos de sucesso no Brasil Contemporâneo; Universidade Federal de São Carlos UFSCar, **Estudos Linguísticos**, v. 45, n. 3, p. 1082-1091, 2016, São Carlos. São Paulo. Disponível em: <https://revistas.gel.org.br/estudos-linguisticos/article/view/658>. Acesso em: 28 fev. 2021.

SOARES, Thiago Barbosa. **Discursos do sucesso**: a produção de sujeitos e sentidos do sucesso no Brasil contemporâneo. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2017.

SOARES, Thiago Barbosa. Sucesso: discursos contemporâneos de capitalização dos sujeitos. *In*: SOARES, T. B (org.) **Múltiplas perspectivas em Análise do Discurso**: objetos variados – São Carlos – SP: Pedro & João Editores, 2018a.

SOARES, Thiago Barbosa. Estilos de escrita e de pintura: uma leitura das aproximações entre as produções da literatura, da pintura e do texto; **Revista Humanidades e Inovação**. v. 5, n. 7, 2018b. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/portodasletras/article/view/11583>. Acesso em: 28 fev. 2021.

SOARES, Thiago Barbosa. **Percorso Linguístico**: conceitos, críticas e apontamentos. Campinas. SP: Pontes Editores, 2018c.

SOARES, Thiago Barbosa. Teoria Crítica e Análise do Discurso: a mídia como objeto comum; Universidade Federal do Tocantins, Estudos da Linguagem; **Revista Porto das Letras**, v. 05, n. 01, Porto Nacional-TO, 2019. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/portodasletras/article/view/6159>. Acesso em: 03 out. 2019.

SOARES, Thiago Barbosa. 1969, o ano que não terminou: o acontecimento da análise do discurso. *In*: **No campo Discursivo**: Teoria e análise. Campinas, SP: Pontes Editores, 2020.

SOARES, Thiago Barbosa. O contraste no discurso do sucesso: a diametralidade discursiva do enunciado “oposto” **Porto da Letras**, v. 07, n. 01, 2021, , Porto Nacional, TO. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/portodasletras/article/view/11300>. Acesso em: 03 fev. 2021.

SOARES, Thiago Barbosa. **Percorso Discursivo**: heterogeneidades epistemológicas aplicadas. 1. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2022.

DISCURSO SOBRE O NORTE: A REPRESENTAÇÃO DA IMAGEM TOCANTINENSE EM PAULO VIEIRA³³

Damião Francisco Boucher

Universidade Federal do Tocantins

Thiago Barbosa Soares

Universidade Federal do Tocantins

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O fato do Brasil ser um país de proporções continentais e carregar consigo uma riqueza cultural imensa, é informação de senso comum, as peculiaridades brasileiras decorridas pelo âmbito sociopolítico, socioambiental, pela culinária e por outros espaços fazem dessa nação um grande armazém de convergências e divergências ideológicas. No campo geopolítico, observamos diversas formações discursivas que trabalham na manutenção de formações imaginárias as quais delineiam a cultura e a intelectualidade a partir de projeções, de relações de força e da construção de assimetrias regionais, sobretudo aquelas, através do discurso sobre o norte, nas quais posicionam as regiões nortistas em um lugar de falta e de atraso intelectual, apagando, por conseguinte, seus aspectos de formação identitária de sujeitos e de espaços.

Dessas considerações, o que propomos nesse artigo é fazer uma análise de uma dessas várias redes de dizeres sobre o norte a qual reproduz a imagem que a mídia sulista faz do nortista. Respeitando o uso do arcabouço teórico-metodológico da Análise do Discurso, assim como as concepções de sucesso (SOARES, 2016, 2017, 2018,) e de silêncio (ORLANDI, 2007), propomos analisar seus possíveis efeitos e suas prováveis contribuições para a construção das formações imaginárias sobre o nortista, especificamente o sujeito tocantinense. Para tal investigação, será utilizado como corpus os dizeres de Paulo Vieira, de Antonio Tabet e de Fábio Porchat, humoristas tocantinense e cariocas respectivamente, integrantes do *streaming YouTube*, canal de grande circulação nacional e internacional, Porta dos Fundos.

Os dizeres são veiculados no vídeo “Promovido”, publicado em 28 de março de 2016 e na entrevista com Paulo Vieira denominada “Paulo Vieira – Que história É Essa, Porchat?” exibida pela GNT em três de outubro de 2019, entre outros, nos quais a imagem construída é representativa dos costumes

³³ Texto derivado do projeto de pesquisa intitulado “O sucesso midiático como ponte para o sucesso político” sob o número de registro 3536 junto à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação da UFT

nortistas, especificamente do sujeito tocantinense. Portanto, através do entendimento dessas análises, buscamos demonstrar o funcionamento dessa cadeia discursiva (SOARES, 2018b, p. 116) ou formação discursiva e como tais efeitos trabalham no apagamento do Estado do Tocantins e consequentemente na manutenção das projeções que colocam o norte em uma relação assimétrica com o sul do Brasil (BOUCHER e SOARES, 2022).

De igual forma, analisaremos as construções identitárias dos sujeitos e de seu lugar de origem e como elas vão sendo sustentadas por pré-construídos os quais emergem de outros acontecimentos discursivos e que atualizam seus sentidos no campo da formulação através da interlocução (FOUCAULT, 2014).

Refletindo que tal apreciação ainda não foi proposta e avaliando da mesma maneira a relevância de compreender melhor o discurso sobre o norte, e como os sentidos engendrados nessa enunciação específica podem afetar sujeitos e a própria história (ORLANDI, 2015), na relação do que foi e do que se está sendo atualizado como sentido, torna-se indispensável analisar o discurso sobre o norte à luz de uma metodologia que lhe considera a partir de um arcabouço teórico a dinâmica descritiva-interpretativa. Assim como o movimento interdiscursivo e intradiscursivo, para que tais deslizamentos semânticos, pressupostos e subentendidos (DUCROT, 1987) possam ser compreendidos de maneira efetiva (PÊCHEUX, 2015).

Dessa maneira, a fim de examinar o processo pelo qual duas esquetes constituem discursos sobre o norte, este artigo tem seu empreendimento organizado da seguinte forma: em um primeiro momento, apresentamos as **Considerações teóricas** nas quais descrevemos o aparato conceitual da Análise do Discurso em que nos amparamos para desenvolver nossa investigação. Em um segundo momento, em **Análise: duas esquetes para a imagem do tocantinense** desenvolvemos a aplicação dos procedimentos da descrição e interpretação dos efeitos de sentido presente no corpus selecionado. Posteriormente, nas **Considerações finais**, apreciamos, avaliamos e pesamos a trajetória aqui percorrida. Feita a descrição dos elementos constituintes deste artigo, então, passamos ao próximo tópico.

CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS

Bem antes de sopesar o discurso sobre o norte brasileiro como uma cadeia de dizeres que trabalha na manutenção das relações de força e da continuidade de uma projeção dispar entre sujeitos sulistas e nortistas, e também

pensar o seu lugar de funcionamento, inicialmente, torna-se necessária a compreensão de que dada cadeia discursiva não trabalha somente no sistema linguístico, visto como um aparelho autônomo. Antes disso, podemos compreender que tais discursos, como o próprio objeto da Análise do Discurso (doravante AD) é “efeito de sentidos entre os pontos A e B.” (PÊCHEUX, 1997, p. 82). Logo, não é dependente do sistema linguístico, mas trabalha no entremeio da estrutura, do acontecimento e da consciência dos sujeitos (PÊCHEUX, 2006).

Por trabalhar no entremeio, a dinâmica discursiva mobiliza funcionamentos que são incompreensíveis somente pela visão linguística-estrutural a qual acarreta uma concepção teórica de comunicação, idealizada segundo um circuito fechado que toma a interlocução como objetiva e transparente, desconsiderando, nesse sentido as condições de produção de determinados discursos (ORLANDI, 2015). Isto é, devemos levar em consideração os diversos caminhos pelos quais podemos percorrer para se analisar o discurso, como, por exemplo, considerar que os efeitos de sentidos estabilizam e deslocam as bases de significado das palavras e dos enunciados.

É nesse movimento que o silêncio preenche sentidos e, portanto, é necessário relativizar a autonomia da língua, bem como a história por meio de um batimento de uma descrição acurada e de uma interpretação a qual leva em conta elementos extralinguísticos como condições essenciais de produção de sentidos (SOARES, 2018b). Dessa forma, a visão teórico-metodológica da AD tem a intenção de observar e ponderar não o que, mas como seu objeto (o discurso) produz e reproduz sentidos no trabalho de formação de subjetividades discursivizadas e de sua manutenção.

Ao sopesar a lógica funcional dos discursos, sobretudo, o discurso sobre o norte (BOUCHER e SOARES, 2022), compreendemos que as relações entre mecanismos continuam a exercer certos funcionamentos que se mantêm e que são necessários entre si. Compreendemos, por conseguinte, que os elementos exercem manutenções necessárias reciprocamente, tornando-os mutuamente funcionais quando, por exemplo, pensamos nas composições as quais indivíduos são interpelados em sujeitos pela ideologia e, por sua vez, dada ideologia, materializando-se nas formações discursivas, podem ser perceptíveis através da linguagem (PÊCHEUX, 1975).

Por essa razão, compreendemos que os discursos são efeitos de sentidos trabalhando através da materialidade linguística que se dá pela interação entre sujeitos (PÊCHEUX, 1997). Consequentemente, sendo efeitos de sentido entre sujeitos, consideramos que a língua exerce um trabalho simbólico,

enquanto “parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e de sua história” (ORLANDI, 2015 p. 13). Assim, ao considerarmos diferentes efeitos de sentido, como os discursos de sucesso, de autoajuda (SOARES, 2016, 2017, 2018), bem como as noções de silêncio (ORLANDI, 2007), constatamos que a comunicação ultrapassa o linguístico, sopesando também as condições de produção dessas enunciações.

Nesse diapasão, ao considerar o enunciado e suas condições de produção, podemos observar o funcionamento das diferenças entre Formações Discursivas (doravante FD) as quais delimitam aquilo que sujeitos em interlocução podem e devem enunciar na circunstancialidade dos processos discursivos (PÊCHEUX, 1997). Nelas, sempre há inserções ideológicas das quais podemos distinguir posições de mando, de tomada de fala e de decisões, assim como a divisão de classes (ALTHUSSER, 1980).

Esses regimes ideológicos trabalham na língua através de processamentos metafóricos, parafrásticos, polissêmicos e mecanismos de antecipação, onde sujeitos fazem a imagem de si e dos outros em um complexo entrecruzamento de projeções, das relações de força e das relações de sentidos existentes no interior de dada organização social (PÊCHEUX, 1997). Quanto a outros discursos, como os de sucesso, Boucher e Soares (2020) destacam que:

O engendramento dos efeitos de sucesso tem se tornado comum nos discursos midiáticos por fazerem parte daquilo que Adorno e Horkheimer (1947, p. 62) sintetizam como o sustentáculo de um imaginário social, como um mito indissociável da relação de força e da busca pelo poder. Em outros termos, “assim como os dominados sempre levaram mais a sério do que os dominadores a moral que deles recebiam, hoje em dia as massas logradas sucumbem mais facilmente ao mito do sucesso do que os bem-sucedidos” (ADORNO & HORKHEIMER, 1947, p. 62). Ou seja, percebemos que as condições de constituição dos discursos midiáticos funcionam de acordo com certos fatores, com o intuito de estabelecerem legitimação e dominância através das modalizações do poder-dizer, do poder-ser, poder-fazer e do poder-apagar. (BOUCHER e SOARES, 2020, p. 126).

Tais modalizações funcionam mutuamente na manutenção dos discursos entrecruzando sucesso, silêncio e outros mecanismos que são considerados pela AD como fulcrais para o entendimento do funcionamento discursivo. A relação de sentido, por exemplo, afirma que um discurso estabelece uma

relação indissociável com outros discursos, por isso “não há discurso que não se relacione com outro” (ORLANDI, 2015, p. 37).

Como dissemos acima, a antecipação, possibilita ao sujeito se colocar na posição do outro “a fim de poder dizer de um modo ou de outro, segundo o efeito que pensa produzir” (ORLANDI, 2015, p. 37). Já a relação de força, representa o lugar a partir do qual fala o sujeito e que contribui para a constituição do que pode ser dito (ORLANDI, 2015). Em outras palavras, ela é a força discursiva na qual a tomada de fala é regulada, bem como aquilo que espera ser dito por dado sujeito. Também podemos falar das projeções sociais, isto é, as formações imaginárias que promovem a produção da imagem do sujeito, “da imagem de sucesso ou do fracasso, da posição discursiva que permite A dizer sobre B de modo a convencer a opinião pública” (BOUCHER e SOARES, 2020, p. 126). Sobretudo no que diz respeito à manutenção de uma assimetria regional em que determinados estados da federação brasileira são constituídos em dados discursos midiáticos como o estado do atraso, da exceção intelectual e cultural, sendo apagados e interditados (FOUCAULT, 2014), seus aspectos identitários, enquanto outros são exaltados e colocados em posição de prestígio e de mando (BOUCHER e SOARES, 2022). Por essa razão, compreendemos o funcionamento midiático como projeções rastreáveis que nos possibilita observar seu posicionamento ideológico, porquanto “mais do que intervir e informar, a mídia gerencia os discursos circulantes ao ponto de se tornar uma espécie de reguladora dos discursos” (SOARES, 2022, p. 37).

Em relação à interdição dos sentidos, o silêncio constitutivo se dá pela instância sócio-histórica e se encontra em algumas modalizações como, por exemplo, a do poder-dizer e a do poder-apagar, representadas pela interdição que segundo Foucault (2014, p. 9) é “a forma mais evidente da exclusão”. De outro lado, o silêncio funciona como um tampão para a interdição. Segundo a concepção de silêncio constitutivo, Orlandi assevera que:

Determinado pelo caráter fundador do silêncio, o silêncio constitutivo pertence à própria ordem de produção do sentido e preside qualquer produção de linguagem. Representa a política do silêncio como um efeito de discurso que instala o anti-implícito: se diz “x” para não (deixar) dizer “y”, este sendo o sentido a se descartar do dito. É o não-dito necessariamente excluído. Por aí se apagam os sentidos que se quer evitar, sentidos que poderiam instalar o trabalho significativo de uma “outra” formação discursiva, uma “outra” região de sentidos (2007, p. 73).

Dessa forma, percebemos o silêncio constitutivo como gerador de apagamento de sujeitos e de sentidos na construção enunciativa. Sobretudo nos discursos sobre determinadas regiões, o silêncio constitutivo trabalha pelo apagamento econômico e cultural e pelo preenchimento de silêncio nas manifestações discursivas de cume humorístico que projetam dada região, dada sociedade como pré-histórica, colonial, bem como a terra do atraso e do retrocesso intelectual.

Nessa perspectiva, podemos afirmar que a análise do corpus, dentre outros mecanismos, se dá especificamente por meio da descrição e da interpretação de pré-construídos, ou seja, “o efeito subjetivo de anterioridade” (HENRY, 1990, p. 61). Melhor dizendo, designam “o que remete a uma construção anterior, exterior, mas sempre independente, em oposição ao que é construído pelo enunciado” (PÊCHEUX, 2014, p. 89). Além da consideração daquilo que se repete e se atualiza nos enunciados, também observamos o retorno dos já-ditos, das memórias discursivas e consequentemente suas formulações pela dinâmica inter e intradiscursiva. Ademais, Courtine (2014, p.73), destaca que “dada FD não é dissociável do estudo da determinação desse processo discursivo por seu interdiscurso”. De outro modo, os já-ditos, fragmentados dos sujeitos pelos esquecimentos de cunho enunciativo e da própria instância do inconsciente (PÊCHEUX, 1997), faz emergir sentidos pré-existentes, atualizando a base significativa dos enunciados pelo intradiscurso, o campo da formulação. Por isso, podemos observar e identificar, dentro do batimento, determinadas formações ideológicas “em razão, por exemplo, de sua especialização” (COURTINE, 2014, p. 73).

Tal movimento descritivo-interpretativo também considera o funcionamento de dois processos fulcrais, a saber, os processamentos parafrástico e polisêmico. Quanto ao primeiro, “de fato, é possível considerar sinonímias contextuais entre dois grupos de termos ou expressões as quais produzem o mesmo efeito de sentido em relação a um contexto dado” (PÊCHEUX, 1997, p. 94). De outra forma, mesmo nos elementos tácitos que envolvem a relação chefe-subordinado, por exemplo, os efeitos de metáforas se relacionam por ancoragem semântica em um contínuo processo de estabilização (paráfrase) e de deslocamento (polissemia) (ORLANDI, 2015), permitindo que as significações deslizem de uma região à outra ou se estabilizem em determinada região de sentidos a depender das posições discursivas e das intenções enunciativas de cada sujeito.

DUAS ESQUETES PARA A IMAGEM DO TOCANTINENSE: UM GESTO ANALÍTICO

Abaixo, observamos, a imagem e o diálogo das materialidades a serem analisadas, os dizeres reproduzidos por cada sujeito, organizado em tomadas de fala, fielmente dispostas como no vídeo. As análises estão organizadas de modo a reproduzir o mesmo movimento discursivo que os vídeos apresentam. Para uma maior didatização, faremos primeiramente um movimento descritivo-interpretativo observando: a) as relações de sentidos existentes; b) as relações de força diante de cada formação discursiva; c) a interligação enunciativa com a historicidade; d) os processamentos parafrástico e polissêmico na construção da ironia, do sarcasmo e do humor (POSSENTI, 2018); e) os pré-construídos na construção metafórica do sujeito emigrante e na produção da identidade de Paulo Vieira, bem como no apagamento de aspectos regionais e; f) o funcionamento da rede de sentidos que projeta a imagem do norte brasileiro, promovendo a consolidação/manutenção de certas formações imaginárias que sustentam a imagem do Tocantins e do povo tocantinense.

Promovido



Figura 1 – Imagens do vídeo “Promovido”, do canal do *YouTube* Porta dos Fundos³⁴

Chefe: — Pronto!

Maurício: — O senhor mandou me chamar, o senhor está precisando de alguma coisa?

Chefe: — Mandei, Maurício, eh... Eu tenho uma boa notícia para você.

³⁴ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_4ycjntefE. Acesso em: 15 de maio de 2021.

Maurício: — Ah?

Chefe: — Você vai ser promovido.

Maurício: — Mentira!

Chefe: — Verdade. Cê é um cara que sempre entregou tudo que eu te pedi, você é um funcionário exemplar, chega na hora. Esse dia ia chegar, Maurício.

Maurício: — Poxa! Muito obrigado pelo reconhecimento, chefe! Sei nem o que dizer aqui!

Chefe: — Não precisa falar nada, Cê já começa no teu novo cargo amanhã.

Maurício: — Tá... o que o senhor colocar pra fazer eu faço. Eu nem sabia que estava precisando de gente lá em cima. Quê que é o cargo?

Chefe: — Você vai ser consultor externo.

Maurício: — Bom! O senhor desculpa a ignorância... Faz o que esse consultor?

Chefe: — O seu trabalho vai ser basicamente ficar fora da empresa, para sempre, no caso. É um caso de muita responsabilidade, você não vai precisar nem voltar aqui mais.

Maurício: — Entendi. E a minha função vai ser exatamente o que, como consultor?

Chefe: — Bom, a sua função vai ser basicamente ficar fora da empresa mesmo. Tá? Porque aí você vai ter a visão de quem está fora da empresa. Entendeu. Você vai avaliar o negócio de outra perspectiva.

Maurício: — Tá. Aí eu mando relatório avisando né, pontuando essas,... Essas questões

Chefe: — hum, não... Porque aí se você ficar mandando relatório pra cá, vai parecer que você trabalha na empresa.

Maurício: — É...

Chefe: — Aliás, é importante que você não mande nada pra cá, que você corte qualquer tipo de contato com qualquer pessoa de dentro da empresa e mais... Que você nem diga que trabalha aqui nessa empresa. Isso é parte fundamental dessa sua nova função.

Maurício: — Ah! Vai demorar muito ainda pra cair a ficha aqui. Hoje... Hoje eu não durmo.

Chefe: — É né? Oh..., mas isso ainda não é a única coisa boa disso não. Tem mais coisa boa por aí, né?

Maurício: — É não!

Chefe: — É sim.

Maurício: — Não!

Chefe: — Adivinha, Maurício...

Maurício: — Senhor não vai me falar que eu vou ter um aumento não.

Chefe: — Você vai ter um aumento.

Maurício: — Meu Deus!

Chefe: — Você vai ter acesso ao teu FGTS integral, seis meses de seguro-desemprego e sua rescisão. Maurício... Não é para todo mundo que eu faço isso não, viu?

Maurício: — Mas, chefe é muito dinheiro... Pelo amor... Nem precisava disso tudo.

Chefe: — E o melhor é que você recebe tudo isso de uma vez só... assim oh... Ba!

Maurício: — Eu... Eu prometo que não vou decepcionar o senhor.

Chefe: — Eh... o melhor disso tudo, Maurício é que agora cê vai ter o horário mais flexível, cê vai poder até arrumar um... uma outra coisa para fazer no teu horário livre. Tem muito consultor externo aí que de manhã é atendente do Bob's e... e de tarde vende calça na Taco. O cara chega triplicar o rendimento dele.

Maurício: — Nossa, meu De... Eu nem mereço isso tudo que o senhor tá fazendo por mim.

Chefe: — Maurício, eu gosto tanto de você... Você não vai começar amanhã não. Cê vai começar hoje.

Maurício: — Ah, gente!...

Chefe: — Aqui oh... Já tomei a liberdade de oh... Nem da pista pra ninguém... Já quebrei teu crachá. Juntei tuas coisas, coloquei aqui nessa caixa... Vai pra casa. Vai comemorar!

Maurício: — Gente, que carinho! Pelo amor de Deus!

Chefe: — Oh...

Maurício: — Não... Foi... Então foi o senhor que tirou... Que eu passei lá...

Chefe: — É

Maurício: — Não tinha nada na mesa... Gente... Pelo amor de Deus! Vou nem falar que eu... Eu sou chorão... Olha... Muito obrigado oh, chefe.

Chefe: — Oh ops... Chefe não. A partir de agora cê vai me chamar de Antônio.

Maurício: — Pelo amor de Deus, cê vai ser...

Chefe: — Ops, Antônio.

Maurício: — Não.

Chefe: — Fala Antônio.

Maurício: — Antônio.

Chefe: — Isso. E tem mais... Cê não vai sair daqui sem se despedir não

Maurício: — Eu vou despedir dos meninos lá...

Chefe: — É... Pera aí rapidinha... Solange, consegue dois seguranças para levar o Maurício até a porta.

Vinheta de finalização do Porta dos Fundos

Homem na rua: — Olha ele aí, oh! E aí?

Maurício: — ... Fui promovido também! (sorrisos mútuos)

Homem na rua: — Você é bom... Sempre falei isso.

Maurício: — Pôoooo!

Homem na rua: — Vou te falar... Agora tu vai ganhar a liberdade pra trabalhar aqui de verdade.

Maurício: — Agora estou aqui com você, cara!

Homem na rua: — Aqui que tem dinheiro circulando! Te falar... Sexta-feira, Mesquita, sábado peguei auxiliar de ajudante de auxiliar de pedreiro em Nova Iguaçu... A gente pode ir pra lá e essa área... direita toda aqui é minha. Tô cobrando de dois a quatro pra ficar por aqui

Maurício: — Eu...Eu ... Eu vou focar em emagrecer, vou...

Homem na rua: — Foca, aqui...

Maurício: — Cê era gordo também, né?

Homem na rua: — Eu tava pesando 94 lá, pô.

Maurício: — Tava 94.

Homem na rua: — Agora 52.

Maurício: — Tem quanto tempo cê que saiu? Tem o quê... Três meses?

Homem na rua: — Tem três meses que eu saí.

Maurício: — Três meses... Cara!

Homem na rua: — E aqui é maravilha, minha comida eu deixo aqui na estufa.

Maurício: — Pera aí, minha mãe ligando. Pera aí, pera aí. Oi...

Homem na rua: — Isso aí!

Maurício: — Mãe... Teu filho venceu, mãe.

Como pudemos observar, no diálogo acima e, seguindo a premissa de que “não há discurso que não se relacione com outros” (ORLANDI, 2015, p. 37), os dizeres que constituem a esquete em análise resultam de relações trabalhistas em que sujeitos estabelecem suas posições hierárquicas através daquilo que pode e deve ser dito em cada posição ocupada (PÊCHEUX, 1997). Logo no início do diálogo, vemos esta relação sendo estabelecida pelo verbo “mandar” e pelo sintagma nominal “senhor” na fala de Maurício (personagem interpretado por Paulo Vieira), “O **senhor mandou** me chamar, o **senhor** está precisando de alguma coisa?”. Nas condições sociais de produção representada pela esquete, esses dois termos marcam a relação de força entre os sujeitos, porquanto o lugar a partir do qual Maurício se expressa compõem a rede de sentidos que ele deve e pode colocar em funcionamento (ORLANDI, 2015), instituindo dessa maneira a relação subordinado-autoridade.

Além disso, Maurício fala do lugar de funcionário da empresa para seu chefe que ratifica essa relação de força quando confirma a pergunta retórica de Maurício com o verbo equivalente ao seu lugar no mundo, ou seja, o lugar de mando, de chefe, de patrão: “**Mandei**, Maurício”. Tal relação de força é sustentada por todo diálogo como podemos observar nos recortes “Você vai ser promovido...”, “Já tomei a liberdade de...” “Já quebrei teu crachá”. “Juntei tuas coisas, coloquei aqui nessa caixa...” e “Vai pra casa. Vai comemorar!”.

Todos os trechos mencionados pressupõem comando, denotam um “poder-fazer”. Analisando ainda no âmbito enunciativo, em “Você vai ser promovido”, podemos pressupor que ele estava em um cargo inferior para ser levado à condição de sujeito promovido. Paralelamente a isso, subentende-se no mundo corporativo que o sujeito investido da prerrogativa de promover alguém, está no topo da hierarquia empresarial.

Os mesmos sentidos que estabelecem essa assimetria entre Maurício aparecem no sintagma verbal “tomei a liberdade” e no verbo “quebrar”. Esses dois sintagmas denotam a força que o lugar de patrão exerce sobre o funcionário Maurício ao ponto de ter a liberdade de entrar em sua sala, o direito, a autoridade e a potência (CHARAUDEAU, 2016) de vasculhar e “juntar suas coisas” e colocar em uma caixa. Também aparecem, através do verbo “ir” no imperativo, os sentidos de comando, de força, porquanto, no campo administrativo, não são todos os membros de uma empresa que têm o benefício de mandar um funcionário ir para casa.

Frente à breve descrição das relações de força estabelecidas entre os dois sujeitos, bem como o apontamento da relação de sentido entre o discurso produzido na esquete e outros discursos, esses “outros dizeres” estabelecem

relações entre FDs diferentes, delimitando e permitindo a tomada de fala de cada sujeito envolvido na interlocução, através da construção dos discursos corporativos que estão inseridos na historicidade.

Segundo esta noção, Soares (2018b, p. 117) destaca que “é na historicidade que os mecanismos de construção do discurso ganham sentido, como é o caso das formações discursivas, um dos conceitos capitais da Análise do Discurso”. E por essa historicidade, as memórias e os já-ditos que permeiam a relação empregado-empregador é que podemos compreender a posição e autorização do chefe para comandar e de Maurício para obedecer.

Valendo-se também das noções dos processamentos parafrástico e polissêmico, depreendemos que não se trata de uma simples promoção designada pelo sujeito-chefe, mas há engendradas, nos discursos desse sujeito, outras intenções. Mesmo compreendendo que em todo enunciado existe o dizível e a memória que se mantêm e que, portanto, estabilizam os sentidos mesmo com diferentes formulações, há também a ruptura, o deslocamento que promove o jogo da duplicidade, “do equívoco” (ORLANDI, 2015, p. 34).

Dessas reflexões, inicialmente no diálogo entre os interlocutores, observamos, que o jogo da duplicidade parte da posição de mando do chefe que busca eufemizar a ordem de demissão e que por tal jogo, coloca Maurício na posição de ignorante. As imagens dos rostos do chefe e de Maurício pela referencialidade da figura 1 reforçam essa assimetria intelectual ao projetar Maurício como inábil e o chefe como o intelectual esperto. Podemos também observar que os sentidos nos dizeres “Eu tenho uma boa notícia para você” anularia qualquer possibilidade de uma notícia ruim.

Reforçado também pela expressão “Você vai ser promovido”, o sintagma nominal “boa notícia” marca o discurso da autoestima, o engendramento de sentidos do sucesso e de autoajuda, porquanto a extensão e a abrangência desses dizeres “do bem-estar” “excedem o campo do sucesso, chegando a praticamente todos os domínios socioeconômicos e psicoafetivos” (SOARES, 2018a, p. 170) em que até as notícias ruins devem ser encaradas como algo positivo. Logo, percebemos que os recursos linguísticos utilizados pelo chefe trabalham para a eufemização dos sentidos que envolvem o ritual de uma demissão.

Se o nome de uma obra pode afetar sua leitura dando um traçado interpretativo para o sujeito (SOARES, 2018a), a rede de dizeres eufemizados pelos sentidos do sucesso na fala do chefe, “boas notícias”, “você vai ser promovido”, “você vai ter aumento”, “você vai ter acesso...”, etc., segue a mesma

premissa, pois tais sentidos apagam as possíveis negatividades provenientes do conjunto de dizeres de um ritual demissional (ORLANDI, 2007).

Esse ritual de exoneração de cargo pode ser sumarizado quando percebemos a duplicidade semântica nos dizeres do chefe que tem a intenção de manter Maurício fora da empresa. Os efeitos de sucesso que silenciam outras regiões de sentidos, como é o caso da área significativa da demissão, estão engendrados nos recortes “Você vai ser **consultor externo**”, “O seu trabalho vai ser basicamente **ficar fora da empresa, para sempre, no caso.**”, “...você não vai precisar **nem voltar aqui mais**”, “Bom, a sua função vai ser basicamente **ficar fora da empresa mesmo**”. No movimento polissêmico dessas expressões, encontramos o sentido da demissão eufemizado, destacado sobretudo pelo sintagma “consultor externo”, isto é, um consultor que dá parecer baseado em sua especialidade fora da empresa, mas com vínculo empregatício.

No entanto, quando analisamos essa produção de sentidos interligados subsequentemente ao outro recorte, como, por exemplo, “ficar fora da empresa, para sempre, no caso”, desloca-se o sentido de “consultor externo”, e conseqüentemente de uma suposta promoção, para alguém que não vai mais prestar serviços para a empresa em questão. O reforço a esses sentidos também perpassa pelos enunciados “nem voltar aqui mais” (uma trajetória só de ida) e “ficar fora da empresa mesmo” (não fazer mais parte do quadro de funcionário). Em outras palavras, fica pressuposto a intenção do chefe em tirar Maurício da empresa.

Esse jogo de equívocos, de duplicidade entre os sentidos de benefícios e de malefícios, para Maurício, é posto em funcionamento em outros trechos do diálogo, como por exemplo, “Porque aí você vai ter a visão de quem está fora da empresa. Entendeu. Você vai avaliar o negócio de outra perspectiva”. Nessa oração, observando os efeitos enunciativos, temos os sentidos objetivos de que Maurício passa a uma função de observar o funcionamento e a saúde financeira da empresa com uma visão mais ampla, pois ele está de fora, observando como “parte fundamental de sua nova função”.

Por outro lado, o jogo simbólico do ritual demissional, aponta sua nova função como “sujeito desempregado” e, logo, desloca os sentidos do sintagma “fora da empresa” e da oração “você vai avaliar o negócio de outra perspectiva”. O primeiro e o segundo trechos, mais uma vez, reforçam a intenção do patrão em demiti-lo, todavia, no último recorte os sentidos de “negócio” e de “outra perspectiva”, dotados da significação positiva, são “esvaziados significativamente” para serem preenchidos por uma região de sentido negativo. Isto é, “o negócio” não significa de fato negócio, comércio, mas deriva para

“situação de desemprego”. Já o sintagma “outra perspectiva”, desliza-se de visão privilegiada para “visão de um desempregado”.

Esses jogos de deslizamentos continuam quando o chefe de Maurício joga com o fato de a rescisão ser algo benéfico, positivo, inoculando sentidos positivos nos enunciados “mas isso ainda não é a única coisa boa disso não” e em “Tem mais coisa boa por aí, né?”. Podemos observar o jogo irônico (e conseqüentemente a constituição de uma assimetria intelectual entre interlocutores) empregado nos dois enunciados quando interligados seus sentidos às orações subsequentes “Você vai ter acesso ao teu FGTS integral, seis meses de seguro-desemprego e sua rescisão. Maurício... Não é para todo mundo que eu faço isso não, viu?”.

A priori, se considerarmos o fato de o FGTS poder ser liberado através de algumas modalidades como saque aniversário, saque moradia para amortização de empreendimento habitacional, e saque rescisão, por exemplo, compreendemos que ter acesso integral ao FGTS nessas condições de produção, nos leva a pressupor uma demissão, porquanto esses enunciados se encontram trabalhando na região do ritual demissional. Sobretudo quando interligamos essa ideia aos sentidos dos sintagmas “seguro-desemprego”, em que o sujeito só pode ser assegurado por estar desempregado e “sua rescisão” que causa o efeito de quebra de contrato, revogação de um direito ou um cargo empregatício.

Desse ponto, fica explícita a decisão do patrão de despedir Maurício, bem como a constituição da imagem de si e do outro, através de uma relação intelectual assimétrica na qual o chefe, dotado de habilidade linguístico-discursiva consegue convencer o subordinado ignorante e incapaz de raciocinar logicamente de que está assumindo um outro cargo por vias de promoção meritocrática. Na constituição da historicidade, quem é o chefe? Quem é o subordinado? Essas relações de mando e de subordinação colocam um carioca (Antonio Tabet) na posição de chefe e um tocantinense (Paulo Vieira) como o seu subordinado. Como menciona Orlandi (2015), não há neutralidade nas discursividades projetadas nos enunciados que fazem parte das formações sociais e, conseqüentemente, das formações imaginárias que cada sujeito externaliza em seus dizeres.

Além do mais, os sentidos irônicos se reforçam na expressão “Maurício... Não é para todo mundo que eu faço isso não, viu?”, pois o chefe joga mais uma vez com os sentidos de positividade, tentando engendrar os sentidos de sucesso “na nova função de grande relevância de Maurício”; como se ele fosse um sujeito privilegiado e que chegou em uma posição em que outras pessoas não

têm o mesmo benefício de ocupar. No entanto, como compreendemos, o chefe não demite qualquer pessoa e as pessoas com vínculos empregatícios realmente não têm o direito de receber o FGTS integral, mais seguro-desemprego, bem como multa por rescisão, e considerando também essa outra região de sentido, conseguimos, através do processamento parafrástico perceber a ironia presuposta no enunciado “Não é para todo mundo que eu faço isso não, viu?”: “porque nem todas as pessoas estão sendo demitidas como você está agora”.

Como já mencionado, esses sentidos irônicos unidos às respostas de Maurício denotam uma assimetria intelectual, bem como um distanciamento cultural através da imagem que o sujeito chefe faz do sujeito Maurício e consequentemente de si. Essas projeções no campo social marcam os preconceitos linguístico, financeiro, educacional e, sobretudo regional, engendrados nas formações imaginárias brasileiras, porquanto “As formações imaginárias, segundo as quais Pêcheux conceituou em 1969, dizem respeito ao lugar ocupado por A e B cuja representação no discurso se dá por antecipações implicadas na cadeia discursiva” (SOARES, 2018b, p. 116).

Ao considerarmos a cadeia discursiva difundida pela mídia brasileira, especificamente a rede de sentidos que envolvem as relações de classe das cinco regiões do Brasil, percebemos que essas projeções dos lugares de mando (carioca) e de obediência (tocantinense) estão em constante manutenção pelas produções midiáticas que trazem o sul e o sudeste como lugares de mando, o espaço natural da produção intelectual do país, o ambiente-referência e espelho cultural para as demais regiões.

Por conseguinte, com a imagem que essas produções humorísticas projetam, (des)construindo o outro, acabam por colocar as outras regiões no lugar da obediência, do espaço da exceção cultural e de atividade intelectual retrógrada. Consequentemente, essa cadeia discursiva que é atravessada pelo discurso do sucesso e pelo discurso supremacista, entrecruza-se também ao discurso nortista de cume emergente e se torna tão forte ao ponto de ser tomada como “condição natural incondicional”; tendo a região norte brasileira como o lugar dos emergentes, daqueles que são exceções por estarem no espaço “do pouco prestígio”, na “dimensão da cultura emergente”, porquanto não só é alimentada, introjetada pela região sul do país, como também pelos próprios sujeitos dessas regiões que reproduzem o discurso da assimetria e da desvalorização regional. Sobre as reproduções dos discursos que sustentam essa assimetria regional, podemos observá-los nos dizeres do humorista carioca, Fábio Porchat e do comediante tocantinense Paulo Vieira no quadro “Que história é essa, Porchat?”, produzido pela GNT em três de outubro de 2019.

Paulo Vieira – Que história é essa, Porchat?



Figura 2 – imagens do vídeo da GNT – Que História é essa, Porchat?³⁵.

Da direita para a esquerda, Fábio Porchat (apresentador), Paulo Vieira, Danielle Winits e Tony Ramos.

Fábio Porchat: — Posso dizer que hoje é pra quem tem coração forte, minha gente. É chegado o grande dia. O dia do grande encontro. Os humilhados serão exaltados... A Tieta brasileira está aqui. Meu amigo de fé, meu irmão camarada. Uma das pessoas mais divertidas que eu conheço, um comediante incrível. Paulo Vieira! (aplausos da plateia) Gostou... A nossa Tieta, minha gente... Que maravilhoso. Olha que grande encontro. Olha... Paulo Vieira...

Paulo Vieira: — Que rolê aleatório!

Fábio Porchat: — Vo... Você diria assim... De frente com Tony Ramos, nos estúdios Globo... Você chegou lá?

Paulo Vieira: — Não... O Tocantins hoje tá pedindo agora a independência do Brasil, né? (sorrisos da plateia e dos convidados de honra). Não só tá na frente do Tony Ramos, talvez seja a pessoa com o nome sujo que chegou mais perto dele (sorrisos sarcástico de Porchat)... Como é tá aqui na Globo ostentando... Na falta de uma camisa nova, botei logo três.

³⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/gnt/videos/2265232507108123>. Acesso em: 15 de maio de 2021.

Inicialmente, o carioca Fábio Porchat profere dizeres de exaltação afirmando que no quadro do programa aconteceria um evento de grande importância, como podemos perceber no enunciado “Posso dizer que hoje é pra quem tem coração forte, minha gente. É chegado o grande dia. O dia do grande encontro”. Mais adiante com os dizeres “Os humilhados serão exaltados... A Tieta brasileira está aqui. Meu amigo de fé, meu irmão camarada”, Fábio Porchat produz sentidos de revanchismo ao utilizar: a) o sintagma “Tieta”, personagem da novela de mesmo nome, uma mulher humilhada, escorraçada de sua cidade natal e que, para alcançar prestígio, riqueza, fama e “dar a volta por cima”, teve que vir para o sudeste brasileiro, especificamente a cidade de São Paulo, para ser reconhecida; b) o pré-construído popular “os humilhados serão exaltados”, construção parafrástica de passagens bíblicas, (Ezequiel 21:26: “Assim diz o Senhor Deus: Tire o turbante e a coroa. Não será a mesma; os humildes serão exaltados, e os exaltados serão humilhados.) e; c) o pré-construído com sentidos de sucesso, “Meu amigo de fé, meu irmão camarada” proveniente da música do cantor Roberto Carlos.

Frente a esses três pré-construídos, podemos compreender como os efeitos enunciativos podem afetar sujeitos, deslocar sentidos e pôr em constante manutenção o discurso da assimetria regional se considerarmos o entrecruzamento espaço-temporal, causado pelo movimento interdiscursivo. Este movimento interliga as memórias discursivas que, por sua vez, estabelecem novos sentidos ao emergir no campo intradiscursivo de determinada FD e em condições de produção distintas.

O que podemos compreender acima é que o movimento interdiscursivo representa a dinâmica em que “diferentes discursos oriundos de diversos momentos na história e de diversos lugares sociais se entrecruzam na constituição de uma formação discursiva, porém com *um complexo* com dominantes” (PÊCHEUX, 2009, p. 118-119 apud SOARES, 2018b, *itálico* deste autor).

À vista disso, os pré-construídos “Tieta”, “os humilhados serão exaltados” e “Meu amigo de fé, meu irmão camarada” revelam tanto a imagem que o interlocutor Fábio Porchat faz de si quanto a imagem que ele faz de Paulo Vieira. Dessa maneira, ao fazer um movimento interdiscursivo e investigar as memórias e os sentidos que permanecem no sintagma Tieta, percebemos que Porchat ao comparar a trajetória de sucesso emergente de Paulo Vieira à trajetória da personagem Tieta, acaba por entrecruzar memórias da personagem em questão, construindo uma representação narrativa de mesmo enredo com o auxílio do “processamento parafrástico do efeito metafórico” (SOARES, 2018b p. 117); mas com referencialidade e condições de produção distintas,

interpelando Paulo Vieira em sujeito humilhado, escorraçado de sua cidade natal e que, para alcançar prestígio, riqueza, fama no campo humorístico, teve também que vir para o sudeste brasileiro, para ser reconhecido.

Esse efeito metafórico se atualiza referencialmente quando Porchat enfatiza que “A Tieta brasileira está aqui”, ou seja, em um processamento metafórico e parafrástico, “a história se repete e é real”, não é mais a Tieta do Agreste e sim Paulo Vieira do Tocantins. No entanto na atualização da referencialidade histórica, a regionalidade é também apagada (ORLANDI, 2007) pelo adjetivo pátrio “brasileira”, uma generalização que apaga o lugar de origem específico do ator, o Tocantins. Não é “Tieta tocantinense”, é “Tieta brasileira”, e não é Tieta do norte, é “a nossa Tieta”, “forjada pelo progresso do sudeste brasileiro”, porquanto “o aqui” é preenchido semanticamente pelo sintagma “estúdios Globo” e pelo referencial imagético programa de plateia da GNT (figura 2).

Desse ponto, o tom discursivo que causa a assimetria regional, intelectual e social é abrandado com o pré-construído “Meu amigo de fé, meu irmão camarada”. Essa expressão traz à memória social atual efeitos de sucesso, por se tratar da música do cantor Roberto Carlos, revestido pelos discursos de sucesso midiático (SOARES, 2018a, 2018b), o rei da canção brasileira, e que exalta a importância de se ter um amigo para todos os momentos.

Ao mesmo tempo que abranda, Porchat profere tal dizer causando efeito de aproximação entre ele e Roberto Carlos, colocando-o na relação discursiva em posição de prestígio por um “poder-parecer” o cantor. Esses sentidos também são reforçados pela oração “Uma das pessoas mais divertidas que eu conheço, um comediante incrível. Paulo Vieira!” Porchat conhece muitos humoristas e ao proferir “uma das pessoas mais divertidas que eu conheço”, coloca-se na posição de autoridade para identificar humoristas talentosos. Essa tensão entre a estabilização e o deslocamento produz a atualização dos já-ditos, ora provocando a assimetria pelo distanciamento regional, cultural e intelectual, ora regulando a disparidade, trazendo Paulo Vieira para uma posição aparentemente simétrica com enunciados elogiosos e afagos profissionais. Essa tensão também trabalha na manutenção das relações de força e contribui para a difusão do discurso da supremacia.

Essas relações de força, nos enunciados de Porchat e do próprio Paulo Vieira ficam explícitas a partir dos seguintes dizeres: “Vo... Você diria assim... De frente com Tony Ramos, nos estúdios Globo... Você chegou lá?”. Dado enunciado carrega em sua estrutura semântica, sentidos de sucesso (SOARES, 2018a) engendrados nos sintagmas preposicionados “De frente com Tony

Ramos” e “nos estúdios Globo...”. No efeito do primeiro sintagma, temos um sentido tácito trabalhando na produção de efeitos de privilégio, pois subentende-se que não é qualquer sujeito que tem a prerrogativa de ficar de frente com um ator famoso e de entrar “nos estúdios da Globo”.

Quanto a esse referente espacial, ele também carrega consigo efeitos de prestígio e de vantagem, porque não é qualquer lugar, não é qualquer estúdio, faz parte do conglomerado do Grupo Globo, o maior centro de produção audiovisual da América Latina e que está no ar desde 1995. Portanto, Paulo Vieira não só está de frente com uma referência de sucesso como também está em um espaço restrito e participa do programa como convidado especial.

Das considerações feitas, incluindo as condições específicas de produção discursiva de Porchat e Paulo Vieira, notamos que o pré-construído “Você chegou lá?” produz o efeito subjetivo de anterioridade (HENRY, 1990), remetendo a uma constituição precedente, fora do campo da formulação e independente ao que é enunciado na produção intradiscursiva (PÊCHEUX, 2014). E essa independência, somada à emergência de enunciados que atravessam e se interrelacionam com as condições específicas de produção, no caso o encontro de celebridades e emergentes em espaço de prestígio, “nos estúdios da Globo”, ambas constituem os sentidos que provocam o efeito de assimetria regional na pergunta de Fábio Porchat, pois o campo midiático e os discursos de sucesso e de autoajuda, “ambos regulados pelos seus respectivos mercados” (SOARES, 2018a, p. 169), trabalham em sentidos que só podem ser percebidos através da busca de pressuposições e de subentendidos.

Quando se analisa o tácito de um “você chegou lá?”, pressupomos um sujeito que exerce uma determinada ação de atingir uma dada trajetória. Também subentendemos que esse “lá” seja o lugar de destaque, o objetivo, o lugar do prestígio profissional, pois Paulo Vieira, como humorista, almeja ser reconhecido por seus pares. Se Paulo Vieira é questionado sobre sua tentativa de alcançar a posição de prestígio profissional por Fábio Porchat, logo, é possível depreender que o próprio Porchat, mesmo que de maneira aparentemente despreziosa, tem a intenção de provocar efeitos de dúvida quanto ao alcance da trajetória profissional de Paulo Vieira.

Nessa perspectiva, a afirmação do humorista tocantinense confirma a impossibilidade dessa obtenção de conquista ao construir, através do humor, a imagem de si. Esta que se encontra relacionada à imagem do atraso, da pobreza, da assimetria socioeconômica, da exceção intelectual, da subordinação e da submissão culturais. Esses efeitos estão postos, pressupostos e subentendidos (DUCROT, 1987) em sua responsividade enunciativa: “Não...

O Tocantins hoje tá pedindo agora a independência do Brasil, né? Não só tá na frente do Tony Ramos, talvez seja a pessoa com o nome sujo que chegou mais perto dele”.

Inicialmente, no trecho “Não... O Tocantins hoje tá pedindo agora a independência do Brasil, né?”, temos um advérbio de negação que, em um tom enfático, seguido por reticências que reforçam os efeitos de certeza por uma pausa mais longa, confirma sua trajetória incompleta de sucesso. O sintagma “O Tocantins”, juntamente com um advérbio de tempo “hoje”, além de situar o lugar de origem do sujeito Paulo Vieira, indica uma condição atual de submissão e de apagamento causada pelos efeitos da expressão “pedir agora a independência do Brasil”. Esta mobiliza memórias discursivas, metaforizando a condição histórica do Brasil Colônia e sua dependência em relação a Portugal. A dependência na qual o Tocantins se encontra, não é representada pelas condições territoriais, mas culturais, intelectuais, especificamente humorística, devido às condições específicas de enunciação, isto é, sujeito humorista, buscando um espaço no qual possa ser reconhecido, obter a identidade humorística e emancipar-se profissionalmente.

Essa posição identitária é bem delineada nos dizeres de Paulo Vieira ao afirmar que “Não só tá na frente do Tony Ramos, talvez seja a pessoa com o nome sujo que chegou mais perto dele”. Nesse recorte, observamos os efeitos de distanciamento socioeconômico e artístico nos sintagmas “nome sujo” e “mais perto dele”. Ao escolher a expressão “nome sujo”, Paulo Vieira faz emergir memórias discursivas que englobam as dificuldades financeiras e que por ser a pessoa com nome sujo que chegou mais perto de uma “celebridade Global” (Tony Ramos, sujeito rico), passa a ser sujeito de prestígio. Assim, ele projeta sua imagem como sendo a de um sujeito pobre e devedor e, consequentemente, apresenta o Tocantins não pelo que ele tem, mas pela falta do que possui.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dessas considerações, percebemos que a imagem feita por Paulo Vieira, de si e do Tocantins está vinculada ao discurso colonialista o qual prega a inferioridade dos povos colonizados. Nessa dinâmica metafórica, humoristas que não saíram da região sudeste do país estão posicionados discursivamente no lugar da emergência, seja ela intelectual, cultural ou socioeconômica.

Há nesse aspecto, o apagamento do sujeito tocantinense, rico nos costumes, na culinária, na música e em vários outros aspectos geográficos e

ambientais que não são mencionados pelo humorista Paulo Vieira e que não fazem parte da rede de sentidos que poderia projetar a imagem do tocantinense e do Tocantins no discurso. Ao contrário, a exaltação da falta e do vazio intelectual e cultural são os aspectos que o sujeito comediante escolhe para projetar como imagem de si e de seu lugar de origem.

Por meio da derrisão (POSSENTI, 2018), a partir de elementos este-reotipados inseridos na cadeia discursiva sobre o norte, podemos encontrar dizeres como o “bando de índio”, “o lugar que só tem mato”, “o nortista não vive na cidade, mas convivem em aldeias”, “o norte ainda vive a pré-história por estar cheio de dinossauro (referência ao estado do Acre)” etc., percebemos o grande preenchimento de silêncio nas manifestações discursivas de cume sulista que tomam o norte como lugar-colônia, o espaço do atraso e da emergência intelectual. Esses aspectos podem ser percebidos em diversas produções midiáticas. No Programa do Porchat, no qual o comediante Paulo Vieira, através do humor (POSSENTI, 2018), projeta a imagem de si e de seu lugar de origem, a produção de apagamento é mais intensa (ORLANDI, 2007).

Dentre vários pontos analisados, podemos compreender em vários recortes (os quais não puderam ser selecionados pela limitação dessa modalidade de produção acadêmica) que a visibilidade dada ao Tocantins é pelo próprio apagamento do estado em nível nacional. Um desses vários recortes, intitulado Conheça a história de Paulo Vieira, o príncipe do Tocantins³⁶ retrata a saída do Príncipe tocantinense com destino a São Paulo. Sendo um verdadeiro príncipe no Tocantins, ao chegar em São Paulo e ter de esperar pelo também humorista Fábio Porchat no aeroporto, pelo atraso de seu par, acaba por se perder na grande São Paulo; é destrutado por todos e até chamado de maluco por um ciclista que passava pela ciclovia. Nota-se que na esquete analisada, o Tocantins tinha sua moeda própria e que não valia nada em São Paulo. Paulo Vieira tem de conviver com mendigos até ser resgatado Por Eduardo Smith de Vasconcellos Suplicy, cantor, compositor, ator e apresentador de televisão brasileira, mais conhecido por Supla e que conhecia bem o príncipe humorista. No entanto, ao invés de receber um tratamento de príncipe, é levado para um lava jato onde é lavado como carro em meio a escárnios e piadas de Supla que projetam Paulo Vieira como um sujeito pobre e desvalido, cheio de “frieiras”, infecção de pele e o estado do Tocantins como um reino sem prestígio, desconhecido pelo sudeste.

Nos discursos sobre o norte, especificamente sobre o Tocantins, não se fala do norte nem mesmo pelo que ele tem em abundância, parques estaduais,

³⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Wl2iDPpPnL8>. Acesso em: 01 de junho de 2021.

como os do Jalapão, do Cantão e de Lajeado, rios e lagos; reservas florestais, ou as chamadas Unidades de Proteção Integral; as reservas indígenas como as Apinajé, Avá-Canoeiros, Akwê Xerente, Iny (Javaé), Iny (Karajá), Iny (Xambioá), Krahô, Krahô-Canela e Pankarary; parte remanescente dos quilombolas no Barra do Aroeira, Malhadinha, Lagoa da Pedra, Chapada da Natividade, Azuis, o menor rio do mundo, a rica fauna e flora, assim como parte da Amazônia Legal, sem mencionar a culinária como o chambari, o biscoito amor perfeito, o peixe enrolado na folha de bananeira e que são integrantes da cultura e da região nortista que, por sua vez, guardam riquezas antropológicas e fazem parte da história do Brasil.

Por essa razão, observa-se a relevância da continuidade de estudos que possam oferecer uma análise mais acurada de determinados acontecimentos discursivos, assim como agenciar pesquisas sobre a cadeia discursiva que projeta o norte como o lugar da falta, que apresenta as regiões nortistas pelo apagamento (daquilo que elas têm em abundância). Também, faz-se necessário agenciar pesquisas sobre os efeitos de sucesso e seu entrelaçamento com outros efeitos de silenciamento, sobretudo, no funcionamento dos discursos midiáticos. Ao analisar tais processos nesse campo social, observam-se entre a estrutura e o acontecimento, funcionamentos da produção do sucesso e de apagamento como uma força discursiva. Estes diligenciam a divisão de classes por interpelação regional, e do apagamento das reais características do povo nortista, através de projeções distorcidas pelas vias da derrisão (POSSENTI, 2018), lugar que poderia se apresentar como o espaço de dissipação dessas assimetrias.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, L. **Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado**. 3. ed. Lisboa: Editorial Presença/Martins Fontes, 1980.

CHARAUDEAU, Patrick. **A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas**, tradução de Angela M. S. Corrêa, São Paulo, Contexto, 2016.

BOUCHER, Damião Francisco; SOARES, Thiago Barbosa. Socialismo como antonímia do sucesso: os efeitos de sucesso no pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro na ONU. **Revista Linguagem**, São Carlos, SP: v. 36, jul./dez.2020, p. 122-143. Disponível em: <https://www.linguagem.ufscar.br/index.php/linguagem/article/view/821>. Acesso em: 03 set. 2022.

BOUCHER, Damião Francisco; SOARES, Thiago Barbosa. Tocantins em representação: discurso sobre o norte. **Diálogos Pertinentes, revista científica de Letras**, v. 18, n. 1, p. 9-30 jan./jun.2022, Franca, SP. Disponível em: <https://publicacoes.unifran.br/index.php/dialogospertinentes/article/view/3780>. Acesso em: 03 set. 2022.

COURTINE, Jean-Jacques. **A análise do discurso político**: o discurso comunista endereçado aos cristãos. São Carlos, SP: EDUFSCar, 2014.

DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**; revisão técnica da tradução Eduardo Guimarães. – Campinas, SP: Pontes, 1987.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural do Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970; tradução Laura Fraga de Almeida Sampaio. 8. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Editora Loyola, 2014.

PÊCHEUX, Michel. **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux; Organizadores: François Gadet, Tony Hak; tradutores Bethania S. Mariani... [et al.]; 3. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

PÊCHEUX, M. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Trad. Eni Orlandi. 4. ed. Campinas, SP: Pontes, 2006.

POSSENTI, Sírío. **Cinco ensaios sobre humor e Análise do Discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2018.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 12. ed. Campinas, SP: Pontes Editora, 2015.

ORLANDI, Eni P. **As formas do Silêncio**: no movimento dos sentidos. 6. ed. Campinas, SP: Pontes da Unicamp, 2007.

SOARES, Thiago Barbosa. Discurso do Sucesso: sentidos e sujeitos de sucesso no Brasil Contemporâneo; Universidade Federal de São Carlos UFSCar, **Estudos Linguísticos**, v. 45, n. 3, p. 1082-1091, 2016, São Carlos. São Paulo.

SOARES, Thiago Barbosa. **Discursos do sucesso**: a produção de sujeitos e sentidos do sucesso no Brasil contemporâneo. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2017.

SOARES, Thiago Barbosa. Sucesso: discursos contemporâneos de capitalização dos sujeitos. *In*: SOARES, T. B (org.) **Múltiplas perspectivas em Análise do Discurso**: objetos variados – São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2018a.

SOARES, Thiago Barbosa. **Percorso Linguístico**: conceitos, críticas e apontamentos. Campinas – SP: Pontes Editores, 2018b.

SOARES, Thiago Barbosa. **Percorso Discursivo**: heterogeneidades epistemológicas aplicadas. 1. ed. - Campinas, SP: Pontes Editores, 2022.

SOBRE OS AUTORES

Damião Francisco Boucher: é mestre pelo PPGLetras da UFT, campus de Porto Nacional. professor parecerista da revista Porto das Letras (ISSN - 2448-0819) vinculada ao programa de pós-graduação em Letras da UFT. Possui graduação em Letras, português/inglês, pela Universidade Federal do Tocantins – UFT (2012), especialização em Análise do Discurso Político e Jurídico (2017) e especialização em Psicologia Junguiana, ambas pela Faculdade Unyleya do Rio de Janeiro. Escreveu vários artigos científicos e capítulos de livros de grande relevância, bem como contribuiu na elaboração de obras relevantes no campo da Análise do Discurso, como Discursividade verbo-visual: o humor como apagamento/marcação dos discursos midiáticos. In: Mídia, linguagem e sociedade: espaços, corpos e vozes na atualização da resistência, Pontes (2020); coautor de A estética do sucesso vocal: discursos engendrados na construção de vozes de sucesso midiático, Anuário de literatura (2020); Tocantins em representação: discurso sobre o norte, Diálogos Pertinentes (2022), entre outros.

E-mail: boucherplace@gmail.com

Elizangela Araújo dos Santos Fernandes: é mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGLetras) da Universidade Federal do Tocantins, campus de Porto Nacional/ TO, Brasil; licenciada em Letras - Língua Portuguesa, Língua Inglesa e Respectivas Literaturas pela Universidade Estadual de Goiás (UEG), campus de Campos Belos - GO. Pós-Graduada, Lato Sensu, em Linguística – Língua Materna e Alfabetização pela Universidade Estadual de Goiás, campus de Campos Belos - GO. Bacharel em Direito pela Universidade Estadual do Tocantins (UNITINS), campus de Dianópolis-TO. Advogada. Professora de Língua Portuguesa e Língua Inglesa na rede estadual de ensino do Tocantins e assessora jurídica da Secretaria Municipal de Educação de Dianópolis/TO.

E-mail: elizangelabibi2@yahoo.com.br.

Jacqueline Pilger Effgen: é mestranda pelo IFTO; pós-graduada em Gestão, Orientação e Supervisão Escolar; Licenciada em Pedagogia pela Universidade Federal do Tocantins – UFT (2011); atualmente é Orientadora Educacional no IFTO Campus Palmas onde colaboradora no desenvolvimento de pesquisas; já desempenhou funções de Gerente de Ensino de Campus Avançado; orientação educacional a alunos com fragilidade psicossocial; assim como possui experiência no magistério do ensino fundamental e médio.

E-mail.: jaque@ifto.edu.br

Paula Ramos Ghiraldelli: é mestranda e bolsista da Capes no PPGLetras da UFT, campus de Porto Nacional. graduada em Letras – Língua Portuguesa – pela Universidade Federal do Tocantins (UFT), campus de Porto Nacional.

E-mail: prghiraldelli@mail.uft.edu.br.

Sthefan Bravin Ponche: é mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Tocantins (UFT), linha de pesquisa Análise do Discurso Francesa, cuja temática volta-se para o Discurso do Poder Paralelo no Brasil; Pós-graduado Latu-Senso pela Universidade Federal do Tocantins em Segurança Pública – UFT (2008); Bacharel em Segurança Pública pela Academia Militar Tiradentes – APMT (2010); Licenciado em Letras Português e suas Literaturas pela Universidade Federal do Espírito Santo – UFES (2007); Bacharel em Direito pela Universidade Estadual do Tocantins – UNITINS (2015); No magistério desde 1998, com experiência em Preparatórios para Concursos, Ensino Médio e Superior; Major da Polícia Militar do Estado do Tocantins já exerceu funções de Comando e Subcomando na Instituição.

E-mail: sthefan.bravin@mail.uft.edu.br

Thiago Barbosa Soares: é professor adjunto do curso de Letras e do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Tocantins (UFT) no campus de Porto Nacional. Possui graduação em Letras, português/inglês, pela Universidade do Vale do Sapucaí (2009), em Psicologia pela Universidade Paulista (2014) e em Filosofia pela Universidade de Franca (2014), especialização em Estudos Literários pela Faculdade Comunitária de Campinas (2013), mestrado em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (2015) e doutorado em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (2018). É membro pesquisador do Laboratório de Estudos do Discurso (LABOR-UFSCar) e do Grupo de Estudos em Análise do discurso e História das ideias linguísticas (VOX-UFSCar). É ainda editor-chefe da revista Porto das Letras (ISSN - 2448-0819) vinculada ao programa de pós-graduação em Letras da UFT. É autor de “Discurso do Sucesso: a produção de sujeitos e sentidos do sucesso no Brasil contemporâneo” (Pedro & João Editores, 2017), “Percurso linguístico: conceitos, críticas e apontamentos” (Pontes, 2018), “Concisa apresentação da linguística” (Pimenta Cultural, 2020), “Composição discursiva do sucesso: efeitos materiais no uso da língua” (EDUFT, 2020) e “Sentidos da voz: usos na oratória, na filosofia, na psicanálise e na mídia” (Quipá Editora, 2021), além de ser organizador das seguintes obras: “Múltiplas perspectivas em Análise do Discurso: objetos variados” (Pedro &

João Editores, 2018), “No campo discursivo: teoria e análise” (Pontes, 2020), “Mídia, Linguagem e Sociedade: espaços, corpos e vozes na atualização da resistência” (Pontes, 2020), “No campo discursivo: teoria e análise” (Pontes, 2020), Discursividades midiáticas: construção e circulação de sentidos (Quipá Editora, 2021) e Percurso Discursivo: heterogeneidades epistemológicas aplicadas (Pontes, 2022).

E-mail: thiago.soares@mail.uft.edu.br.

