

INTERDISCURSO, PRÉ-CONSTRUÍDO E EFEITOS DE SENTIDO NA PUBLICIDADE

INTER-DISOURSE, PRE-CONSTRUCTED AND MEANING EFFECTS IN ADVERTISIN

Alex Sandro de Araujo Carmo¹

RESUMO: Este estudo é resultante de observações e reflexões que não são, e nem pretendem ser, oriundas de uma única área do conhecimento científico, ou de certos conjuntos determinados de disciplinas orientadas por um campo específico do saber. Aqui, cinco pontos (embora díspares) se cruzam e se completam na questão da (re)produção de práticas discursivas publicitárias. Os dois primeiros tratam dos encaminhamentos e percursos teóricos relativos ao desenvolvimento de conceitos fundamentais da Análise de Discurso de linha francesa. O terceiro ponto busca fazer uma aproximação teórica entre questões do discurso e de técnicas de redação publicitária. Na sequência, a partir de um estudo de caso particular, são tecidas algumas análises discursivas. E, por fim, na seção *Apontamentos sobre Redação Publicitária a partir do discurso*, apresenta-se um conjunto de considerações a respeito da problemática de se compreender a redação publicitária enquanto prática discursiva a partir da perspectiva da teoria materialista do discurso.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso, Sujeito, Redação Publicitária, Práticas Discursivas.

ABSTRACT: This study is the result of observations and reflections that do not, and are not intended to be, deriving from a single area of scientific knowledge, or from certain sets of disciplines guided by a specific field of knowledge. Here, five points (although distinct) intersect and complement each other on the matter of (re)production of the advertising discursive practices. The first two points deal with outlines and theoretical routes related to the development of fundamental concepts of the French School of Discourse Analysis. The third point aims to make a theoretical approach between issues of discourse and copywriting techniques. Afterwards, we weave some discursive analysis, starting from a particular case study. And finally, in the section *Notes on Copywriting from the discourse*, we present a set of considerations regarding the problem of understanding the copywriting as a discursive practice from the perspective of the materialist theory of discourse.

KEYWORDS: Discourse, Subject, Copywriting, Discursive Practices.

1 A IMPERFEIÇÃO DA LINGUAGEM

Nos estudos referentes à linguagem, dentre as muitas áreas do conhecimento científico, sempre há, na busca da compreensão de efeitos de sentido de um enunciado, a

¹ Mestre em Letras pela Unioeste. Professor dos cursos de comunicação social da Faculdade Assis Gurgacz e Faculdade Sul Brasil. Líder do grupo de pesquisa em Comunicação e Sentido, desenvolvido na linha de pesquisa Comunicação em Múltiplos Meios da Faculdade Assis Gurgacz. E-mail: alex.carmo@fasul.edu.br

procura por elementos extralinguísticos que completem as lacunas deixadas no nível do intradiscurso pela composição frásica. A linguagem sempre joga com os elementos constitutivos dos efeitos de sentido, que são, ora explícitos, ora implícitos. Há muitos conceitos para estes elementos: *doxa*, *lastro cultural*, “*apoio coral*”, *memória discursiva*, *interdiscurso*, *etc.*; cada um com suas nuances próprias (referentes ao arcabouço teórico da área de conhecimento de que provêm) e com uma característica em comum (corresponder ao que não foi dito/escrito, porém, compreendido ou utilizado como conhecimento anterior).

Nesse sentido, destaca-se que uma das proposições básicas da Análise de Discurso de linha francesa (doravante, AD) é que o sentido, ou melhor, o efeito de sentido não é prévio ao discurso. A produção/reprodução de um discurso se dá por dois fatores: por paráfrase e por polissemia, sempre embasadas num discurso prévio.

Segundo Orlandi (1996, p. 19), de forma geral, “Da observação da linguagem em seu contexto, [...], podemos dizer que a produção do discurso se faz na articulação de dois grandes processos, que seriam o fundamento da linguagem: o processo parafrástico e o processo polissêmico”.

Para essa autora (1996, p. 20), a paráfrase é a matriz do sentido, “é o que permite a produção do mesmo sentido sob várias de suas formas”; e a polissemia a fonte de linguagem “responsável pelo fato de que são sempre possíveis sentidos diferentes, múltiplos”. A tensão entre esses processos é que constitui as várias instâncias da linguagem. Essa tensão representa “o conflito entre o garantido, o institucionalizado, o legitimado, e aquilo que, no domínio do múltiplo, tem de se garantir, se legitimar, se institucionalizar”.

A partir da questão da linguagem, abre-se campo para falar em discurso. É importante ressaltar que um discurso, segundo Pêcheux (1993a, p. 77), é sempre pronunciado a partir de condições de produção dadas, ou seja, todo processo discursivo é sustentado por uma posição e um posicionamento dados.

Segundo Orsatto (2009, p. 25),

Ao analisar o discurso a partir da articulação entre os elementos linguísticos que compõem os enunciados e a sua exterioridade constitutiva, a AD fornece as bases para uma leitura que rompe com a ideia de sentido único como projeto de um autor e coloca em cena a noção de efeitos de sentido, apontando para o fato de que os sentidos não são dados independentemente, mas são construídos a partir de uma relação complexa entre formações discursivas inscritas na história que sustentam o dizer.

Pode-se ver, então, que o discurso utiliza a língua para se constituir, mas não é constituído apenas pela língua. Para Pêcheux (2009, p. 81), o discurso é a articulação de processos linguísticos e processos discursivos. Esse autor, ao opor base linguística e processos discursivos, destaca que o sistema linguístico é dotado de uma autonomia relativa que o submete a leis internas e que os processos discursivos se desenvolvem sobre essas leis internas de funcionamento da língua. A língua, para Pêcheux (2009, p. 81), “se apresenta, [...], como *base* comum de *processos* discursivos diferenciados” (itálicos do autor). Esse autor aponta ainda que o sistema linguístico não é utilizado acidentalmente pelos sujeitos falantes. Assim, os processos discursivos não podem ser vistos “enquanto expressões de um puro pensamento, de uma pura atividade cognitiva etc., que utilizaria ‘acidentalmente’ os sistemas linguísticos” (PÊCHEUX, 2009, p. 82).

Pêcheux (2009), para explicar como os processos discursivos se constituem, procura mostrar a natureza material do sentido se valendo de estudos linguísticos acerca das relativas explicativas (apositivas) e determinativas (restritivas). Ele procura mostrar que uma teoria materialista do discurso deveria consistir em puxar a linguística para fora de seu domínio. Assim, trabalhando com a relação explicação/determinação, ele constitui esse pano de fundo de reflexão filosófica, cuja intenção é abrir campos de questões por meio da relação entre os objetos científicos da Linguística e os objetos da ciência das Formações Sociais.

Para Pêcheux (2009), como dito, a língua se apresenta como base comum de processos discursivos diferenciados, que são compreendidos à medida que os processos ideológicos simulam os processos científicos. O autor apresenta a oposição discurso/língua, mostrando que a base linguística (estruturas fonológicas, morfológicas, sintáticas) possui leis internas que constituem o objeto da Linguística e que, sobre essas leis internas, desenvolvem-se os processos discursivos. Assim, Pêcheux demonstra que, para uma teoria materialista do discurso, cujo intuito é chegar à materialidade do sentido, a explicação e a determinação, por exemplo, que servem como referência para estudar a base comum em que os processos discursivos se constituem, devem ser estudadas à luz de práticas discursivas.

Pêcheux (2009), a partir do exemplo de Frege (1978), “*Aquele que descobriu a forma elíptica das órbitas planetárias morreu na miséria*”, mostra que, para este autor, o funcionamento da língua tem alguma coisa a ver com o funcionamento do que ele chama o “pensamento” e que o funcionamento da língua induz no “pensamento” uma ilusão. A ilusão, para Frege (1978), nada mais é do que o aparecimento de um enunciado implícito que sustenta e completa o “pensamento”, isto é, é o aparecimento de um enunciado que não está

presente no intradiscurso, mas que, no entanto, sustenta e completa o sentido do enunciado. Se, para Frege (1978), as ilusões da linguagem são resultantes das armadilhas e equívocos da linguagem “natural”, para Pêcheux (2009), trata-se de mostrar que, quando se diz o que se diz (o *construído*), aquilo já havia sido *pensado antes, em outro lugar e independentemente*.

Para Frege (1978), em uma linguagem artificial (ideografia) bem feita, o sentido pode ser considerado como pensamento e a referência como valor de verdade de um enunciado. No entanto, em uma linguagem natural, pode ocorrer o caso de sentenças subordinadas nas quais não se tenha nem o pensamento como sentido e nem um valor de verdade como referência.

Retomando o exemplo “*Aquele que descobriu a forma elíptica das órbitas planetárias morreu na miséria*”: neste enunciado, a subordinada “*que descobriu a forma elíptica das órbitas planetárias*” não indica um pensamento completo, pois, se o fizesse, essa subordinada poderia ser descrita por um enunciado independente, como nos casos das relativas explicativas, cuja supressão da subordinada não altera o sentido da principal. Pode-se ver, assim, que a principal “*Aquele morreu na miséria*” não possui um sentido completo. Para que esse enunciado em seu todo adquira sentido, é preciso a intervenção de um enunciado que produza uma ilusão no pensamento. Esse enunciado, ou seja, a ilusão de que fala Frege (1978) pode ser descrita como: *existiu alguém que descobriu a forma elíptica das órbitas planetárias*. Pode-se ver que somente o enunciado, em nível de intradiscurso, não é suficiente para a compreensão do sentido.

Segundo Frege (1978, p. 75), “As linguagens têm o defeito de originar expressões que, por sua forma gramatical, parecem destinadas a designar um objeto, mas que em casos especiais não o realizam, pois para isto se requer a verdade de uma sentença”. A verdade exigida pelo enunciado para fazer sentido seria a ilusão denunciativa da imperfeição da linguagem natural, que corresponderia um enunciado implícito que sustenta os efeitos de sentido do enunciado.

No entanto, até mesmo nas relativas explicativas ocorre o aparecimento desse enunciado implícito, dessa verdade implícita. Observe-se outro exemplo de Frege (1978, p. 80): “*Napoleão, que reconheceu o perigo para seu flanco direito, comandou pessoalmente sua guarda contra a posição inimiga*”. Neste enunciado, dois pensamentos podem ser descritos: i) *Napoleão reconheceu o perigo para seu flanco direito*; ii) *Napoleão comandou pessoalmente sua guarda contra a posição inimiga*. Pode-se ver que esse enunciado, além de possuir dois pensamentos, faz aparecer um terceiro. Esse pensamento implícito é responsável pela implicação do reconhecimento do perigo como causa da decisão de Napoleão comandar

pessoalmente sua guarda contra a posição inimiga. Como se pode observar, tanto nas determinativas (restritivas) quanto nas explicativas a linguagem natural não produz enunciados que possuam um sentido perfeito e sem ambiguidades.

Para Frege (1978, p. 76), em uma “linguagem logicamente perfeita (uma ideografia), deve-se exigir que toda expressão construída [...], a partir de sinais previamente introduzidos, e de maneira gramaticalmente correta, designe, de fato, um objeto, e que nenhum sinal seja introduzido [...] sem que lhe seja assegurada uma referência”.

Pode-se dizer que, para criar essa linguagem artificial sem ambiguidades ou defeitos, na esteira de Frege, é preciso construir enunciados que não possuam o enunciado implícito que sustenta o sentido do enunciado em seu todo. Assim, chegar-se-ia a relativas determinativas de apenas um pensamento e relativas explicativas com dois pensamentos; essas relativas não teriam lugar para a ambiguidade, ou seja, não teriam lugar para a imperfeição da linguagem, no sentido fregeano do termo.

2 DA IMPERFEIÇÃO DA LINGUAGEM AO DISCURSO

Dada a proposta para uma teoria materialista do discurso, Pêcheux (2009), ao mostrar algumas características da relação explicação/determinação, busca no “pré-construído” uma forma de criticar as posições teóricas de Frege (1978) acerca do funcionamento da língua (ou seja, das questões de “pensamento” e de “ilusão”):

a ‘ilusão’ de que fala Frege não é o puro e simples efeito de um fenômeno sintático que constitui uma ‘imperfeição da linguagem’: o fenômeno sintático da relativa determinativa é, ao contrário, a condição formal de um efeito de sentido cuja causa material se assenta, de fato, na relação dissimétrica por discrepância entre dois ‘domínios de pensamento’, de modo que um elemento de um domínio irrompe num elemento do outro sob a forma do que chamamos ‘pré-construído’, isto é, *como se esse elemento já se encontrasse aí*. (PÊCHEUX, 2009, 89 - itálicos do autor).

A partir da crítica a Frege, Pêcheux (2009) traz para o campo teórico da AD a noção de pré-construído, mostrando sua pertinência para o estudo da materialidade dos sentidos. Antes de trabalhar este conceito, acredita-se ser necessário a explicação de outros conceitos e termos da AD, que são indispensáveis para compreender que o discurso é sempre anterior e exterior ao sujeito.

Pêcheux (2009), ao descrever o funcionamento das relativas explicativas e determinativas, procura mostrar que, pelo funcionamento do pré-construído, o enunciado

implícito que sustenta a articulação do que é dito não pode ser caracterizado como uma imperfeição da linguagem, mas como a atuação de um terceiro elemento, elemento que não é nem lógico nem linguístico e que é descrito por Pêcheux como “o pensável”. Esse terceiro elemento “constitui, estritamente falando, o objeto do presente trabalho [*Semântica e Discurso*], sob a forma de uma abordagem teórico materialista do *funcionamento das representações e do “pensamento” nos processos discursivos*” (PÊCHEUX, 2009, p. 115 – itálicos do autor).

Em relação às relativas explicativas e determinativas, Pêcheux (2009) ainda aponta que, pelo fato de a linguagem ser opaca e dado o mascaramento do caráter material do sentido, só se pode dizer se uma relativa é explicativa ou determinativa, se for observada a tomada de posição e o posicionamento por parte do sujeito falante, isto é, se for observada a dependência dos elementos constitutivos de um enunciado em relação à FD que os determina. Pêcheux (2009, p. 206) afirma que

nenhuma análise ‘gramatical’ ou ‘lógica’ que tenha por objeto o enunciado em si mesmo permite – com razão – solucionar a questão (lingüística e/ou logicamente) de saber se estamos diante de uma construção determinativa ou, ao contrário, de uma construção explicativa-afirmativa.

Com isso, Pêcheux (2009) mostra que, para saber se uma relativa é explicativa ou determinativa, é preciso reconhecer o funcionamento dos elementos que constituem os enunciados e uma das formas de reconhecer tal funcionamento é saber qual é o posicionamento, isto é, o ponto de vista que orienta a tomada de posição do sujeito falante.

A partir desse ponto, pode-se apontar que os efeitos de sentido não se processam no sujeito, isto é, na forma-sujeito do idealismo. Pêcheux (2009, p. 145), ao criticar a forma-sujeito do idealismo, diz que, “sob a evidência de que ‘eu sou realmente eu’ (com meu nome, minha família, meus amigos, minhas lembranças, minhas ‘idéias’, minhas intenções e meus compromissos), há o processo de interpelação-identificação que produz o sujeito”.

Em outras palavras, o sujeito é constituído por dois fatores fundamentais, isto é, ele é formado pelo esquecimento e pela identificação com uma Formação Discursiva (doravante, FD) dada que se revela no interdiscurso e que produz o assujeitamento por meio do recurso ao já-dito. O sujeito, como já dito, é constituído pelo “esquecimento” daquilo que o determina. Portanto, o dizer do sujeito é “invadido/atravessado” por outros dizeres. No entanto, esses *outros dizeres* se encontram apagados/esquecidos para e/ou pelo sujeito.

Para Pêcheux e Fuchs (1993, p. 169), todo enunciado, para ser dotado de “sentido”, precisa necessariamente pertencer a uma FD, e é “este fato [...] que se acha recalcado para o (ou pelo?) sujeito e recoberto para este último, pela ilusão de estar na *fonte do sentido*, sob a forma da retomada pelo sujeito de um sentido universal preexistente”.

Nesta perspectiva, Pêcheux (2009, p. 146 a 149) afirma que o caráter material do sentido depende da formação ideológica e da FD em que ele está inscrito. Essa dependência ocorre de duas maneiras: a) o sentido não existe na literalidade, ou seja, ele existe, por exemplo, na paráfrase, desde que se utilizem palavras equivalentes de uma mesma FD. Desta forma, o processo discursivo aparece como um sistema de relações de substituição, paráfrase, sinonímia, desde que esta relação seja determinada por uma mesma FD; b) uma FD dissimula sua dependência pela transparência de sentido e disfarça a objetividade material do interdiscurso, que indica que algo foi falado antes, em outro lugar e independentemente.

Pêcheux, em *A Análise de Discurso: três épocas (1983)*, ao descrever a perspectiva da AD-2, mostra que a noção de FD não pode estar separada da noção de interdiscurso (aquilo que fala antes, em outro lugar e independentemente). Para esse autor (1993b, p. 314),

a noção de *formação discursiva* [...], começa a fazer explodir a noção de máquina estrutural fechada na medida em que o dispositivo da FD está em relação paradoxal com seu “exterior”: uma FD não é um espaço estrutural fechado, pois é constitutivamente “invadida” por elementos que vêm de outro lugar (isto é, de outras FD) que se repetem nela, fornecendo-lhe suas evidências discursivas fundamentais (por exemplo sob a forma de “preconstruídos” e de “discursos transversos”). (itálicos do autor).

As FDs não são homogêneas e fechadas em si mesmas, pois, em cada FD, há a presença de elementos provindos de outras FDs. Portanto, o sentido de um enunciado não pode ser literal e fixo, como se ele existisse apenas para um enunciado. Segundo Pêcheux (2009), o sentido de palavras e/ou expressões não é fixo, ou seja, não é literal, isto é, não existe “em si mesmo” como parte constituinte e imutável de palavras e expressões.

Para esse autor (2009, p. 146), o sentido “é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas (isto é, reproduzidas)”. Assim, dentro das formações ideológicas, as palavras recebem o seu sentido das FDs. Isto é,

uma palavra, uma expressão ou uma proposição não tem *um* sentido que lhe seria “próprio”, vinculado a sua literalidade. Ao contrário, seu sentido se constitui em cada formação discursiva, nas relações que tais palavras,

expressões ou proposições mantêm com outras palavras, expressões e proposições da mesma formação discursiva. De modo correlato, se se admite que as *mesmas* palavras, expressões e proposições mudam de sentido ao passar de uma formação discursiva a uma outra, é necessário também admitir que palavras, expressões e proposições *literalmente diferentes* podem, no interior de uma formação discursiva dada, “ter o mesmo sentido”. (PÊCHEUX, 2009, p. 147 - itálicos do autor).

Nesse viés, o sentido, definido pelo processo discursivo que lhe cabe, ocorre em termos de efeitos de sentido que se reproduzem a partir de relações de substituição e de paráfrase de palavras e/ou expressões de uma mesma FD. As FDs, segundo este autor, determinam o que pode e o que deve ser dito em uma situação discursiva. Os efeitos de sentido dos enunciados dependem das FDs e da relação que estas mantêm com as formações ideológicas.

Para Pêcheux (2009, p. 146), é “a ideologia que fornece as evidências pelas quais ‘todo mundo sabe’ o que é um soldado, um operário, um patrão, uma fábrica, uma greve, etc.”. A ideologia simula a transparência da linguagem; portanto, o caráter material do sentido de um enunciado é dependente do “todo complexo com dominante”, ou seja, o caráter material do sentido é dependente do interdiscurso:

[...] o próprio de toda formação discursiva é dissimular, na transparência do sentido que nela se forma, a objetividade material contraditória do interdiscurso, que determina essa formação discursiva como tal, objetividade material essa que reside no fato de que “algo fala” (*ça parle*) sempre “antes, em outro lugar e independentemente” (PÊCHEUX, 2009, p. 149).

Pêcheux (2009) define, então, o interdiscurso como aquilo que *fala sempre antes, em outro lugar e independentemente*. Com essa definição, o autor procura mostrar que o pré-construído, e os seus modos de apresentação (nocional-ideológico e conceptual-científico), é determinado materialmente pela estrutura do interdiscurso.

O conceito de *pré-construído* trabalhado por Pêcheux (2009) pode ser entendido como um já-dito anterior e exterior, independente, que retorna no enunciado. Isto é, é a marca, no enunciado, de um discurso anterior. Ele se opõe ao que é construído no enunciado. Pêcheux (2009, p. 89) afirma que o pré-construído “remete a uma construção anterior, exterior, mas sempre independente, em oposição ao que é ‘construído’ pelo enunciado”. O autor, ao trabalhar com a noção de pré-construído, procura mostrar como se dá a articulação da teoria do discurso com a Linguística. Para Pêcheux (2009), o pré-construído é um efeito discursivo ligado ao encaixe sintático, que remete à presença de um discurso em outro.

Pêcheux (2009) defende que Frege (1978), ao examinar o funcionamento das relativas explicativas e determinativas, sugere que a linguagem natural é mal feita e, por isso, cheia de armadilhas e ambiguidades. As imperfeições da linguagem para Frege, segundo Pêcheux (2009), produziriam uma “ilusão” nos domínios de pensamento. Pêcheux (2009) mostra que é preciso considerar, para desfazer essa “ilusão”, que há uma separação e uma independência entre o que é pensado e o que está contido no enunciado. Quer dizer, é preciso considerar separadamente o pensamento e o objeto de pensamento.

Pêcheux (2009, p. 88), para exemplificar essa afirmação, valendo-se do enunciado *“aquele que salvou o mundo morrendo na cruz nunca existiu”*, mostra que o objeto de pensamento é pré-existente ao pensamento. Ou seja, nesse enunciado o pensamento pode ser descrito por *“aquele que... nunca existiu”*, sendo o objeto de pensamento o nome próprio Cristo. Assim, pode-se ver o discurso ateuista negar o objeto de pensamento que pré-existe ao enunciado.

Segundo Pêcheux (2009, p. 89), dever-se-ia considerar que há separação e distância, no enunciado, entre o que é pensado antes, em outro lugar e independentemente e o que está contido em sua afirmação global. O autor (2009, p. 93), concluindo a primeira aproximação do problema do pré-construído, evidencia como característica essencial do conceito, a separação fundamental entre o pensamento e o objeto de pensamento, com a pré-existência do último.

A partir deste ponto, pode-se apontar que a interpelação do indivíduo em sujeito se dá pela identificação com a formação ideológica e FD que o domina. Essa identificação traz para o sujeito os traços daquilo que o determina. Os traços de identificação são re-inscritos no discurso do sujeito por meio do interdiscurso, enquanto pré-construído.

Deve-se entender que, para Pêcheux (2009, p. 149), o pré-construído é considerado inicialmente como uma lei psico-lógica do pensamento, determinado materialmente na própria estrutura do interdiscurso. Segundo o autor (2009, p. 150-151), quando repelidas as ilusões idealistas das especificidades do pré-construído, este “aparece determinando o sujeito”, impondo e dissimulando seu assujeitamento sob a aparência da autonomia, isto é, através da estrutura da forma-sujeito.

Para Pêcheux (2009, p. 198), não há práticas discursivas de sujeitos (idealismo). Pensar assim, seria cair no *“Efeito Münchhausen”*. Sobre esse efeito, o autor (2009, p. 141 a 143) indica que a tese “a Ideologia interpela os indivíduos em sujeitos” designa, de forma retroativa, que o sujeito é sempre-já-sujeito, ou seja, o não-sujeito, isto é, o indivíduo é

interpelado-constituído em sujeito pela ideologia. Sob essa luz, o apagamento do fato de que o sujeito é resultante de um apagamento necessário no seu próprio interior, fazendo-o se ver como “causa de si”, é chamado por Pêcheux de “Efeito *Münchhausen*”, efeito pelo qual se consegue, de modo fantástico, ser criador de si.

Dada a observação de que o sujeito não é criador de si mesmo, Pêcheux (2009, p. 198) mostra que a interpelação do indivíduo em sujeito supõe um desdobramento constitutivo do sujeito do discurso. Esse desdobramento faz aparecer dois termos: um “representa o ‘locutor’, ou aquele a que se habituou chamar o ‘sujeito da enunciação’, na medida em que lhe é ‘atribuído o encargo pelos conteúdos colocados’”; outro “representa ‘o chamado sujeito universal’, sujeito da ciência ou do que se pretende como tal”.

Para esse autor (2009), esse desdobramento pode assumir diferentes modalidades. Dentre elas, destacam-se: a modalidade do bom sujeito, superposição entre o sujeito da enunciação e o sujeito universal, de modo que a tomada de posição do sujeito realiza seu assujeitamento; e a modalidade do mau sujeito, em que o sujeito da enunciação “se volta” contra o sujeito universal por meio de uma “tomada de posição” que consiste em uma *separação* (PÊCHEUX, 2009, p. 199).

Deve-se notar, porém, que o interdiscurso, em relação a estas modalidades, “*continua a determinar a identificação ou a contra-identificação do sujeito com uma formação discursiva, na qual a evidência do sentido lhe é fornecida, para que ele se ligue a ela ou que a rejeite*” (PÊCHEUX, 2009, p. 200 - itálicos do autor). Pode-se perceber que, mesmo quando o sujeito se contra-identifica com uma FD dada, ele ainda continua assujeitado. Ou seja, mesmo negando e se posicionando contra o sujeito universal o sujeito do discurso não se torna menos assujeitado, dado que assume um outro posicionamento existente.

Neste sentido, tendo verificado alguns conceitos fundamentais do desenvolvimento da AD, a partir da perspectiva que vê a língua como uma ferramenta dada à imperfeição, no processo analítico deste estudo, buscar-se-á verificar e compreender na prática discursiva de alguns enunciados publicitários a (re)produção do caráter material do sentido e as suas relações interdiscursivas constitutivas. Haja vista que se procura entender, aqui, o funcionamento do processo discursivo publicitário (pelo menos no caso dos enunciados do *corpus* de análise) e não apenas a função sedutora e persuasiva da publicidade.

3 REDAÇÃO PUBLICITÁRIA E DISCURSO

João A. Carrascoza (2004), em *Razão e Sensibilidade no texto publicitário*, aponta que o texto publicitário é fundamentado em duas linhas de força que são, pela terminologia de Nietzsche, a apolínea, sustentada no discurso racional, nos argumentos, e a dionisíaca, que se apoia na emoção e no humor. Na mesma obra, o autor diz que o texto publicitário opera basicamente por meio de duas funções: a estética (fazer saber) e a mística (fazer crer), sendo que o *fazer saber* e o *fazer crer* trabalham a favor do *fazer querer publicitário*, ou seja, fazer com que o interlocutor/receptor da mensagem publicitária sinta vontade (= desejo) e experimente/consuma o produto/serviço.

Nesse sentido, pode-se destacar que um dos recursos utilizado pela mensagem publicitária é o de mostrar ao público um mundo perfeito, usando em seus anúncios imagens de lugares e objetos atraentes. Carvalho (2010), no livro *Publicidade: a linguagem da sedução*, mostra que a publicidade deve estar atenta a vida, aos hábitos, crenças e saberes do público, porque é com base nessas características e informações que a publicidade forma/constitui suas estratégias de comunicação, com o fim prático de seduzir/persuadir/convencer o interlocutor e ajudar/estimular na finalização da compra/aquisição de produtos/serviços. A autora (2010, p. 18) destaca que, “com o uso de simples palavras, a publicidade pode transformar um relógio em uma jóia, um carro em símbolos de prestígio e um pântano em paraíso tropical”.

Percebe-se que a palavra tem o poder de criar e destruir, de prometer e negar. E a publicidade se vale dos recursos da palavra (uso da língua, do discurso) para persuadir/convencer os interlocutores/receptores. Neste sentido, fala-se que o texto publicitário possui algumas funções. Martins (1997, p. 21), na obra *Redação Publicitária: teoria e prática*, afirma que o texto publicitário, enquanto fonte informativa, possui a “função de agilizador de consumo”. Da mesma forma, Sandmann (2003, p. 27), em *A linguagem da Propaganda*, e, na esteira de Jakobson (1971) acerca das funções da linguagem, apresenta que o texto publicitário atua, geralmente, em face das funções apelativa (mensagem centrada no receptor) e estética (ou poética: centrada na própria mensagem).

Como se pode observar, alguns manuais (sem tirar o crédito de suas contribuições) colocam a publicidade como uma linguagem de sedução, com linhas de força que atuam entre a razão e a emoção, com as funções de centrar suas mensagens ao nível do próprio texto (função estética/poética) e nível do receptor/interlocutor (função apelativa). Neste viés, é pertinente mostrar que estes manuais são determinados por pressupostos filosóficos advindos de noções retóricas e pragmáticas que remontam a dupla tradição idealista (a saber:

racionalista/metafísica/platônica e mentalista/empirista/aristotélica) que coloca, cada uma a seu modo, o sujeito como um ser subjetivo, e por essa via, fonte e centro do sentido.

Assim, e a partir desta apresentação, este trabalho se propõe a tecer alguns questionamentos a respeito da produção do texto publicitário (isto é, do discurso publicitário), deslocando o debate não para o estudo da função, mas para o estudo do funcionamento da prática discursiva publicitária. Desta forma, alguns deslocamentos e empréstimos serão convocados para demonstrar o empreendimento de uma visada materialista para o estudo do discurso publicitário.

Neste viés, entende-se que, em alguns casos, os manuais de redação publicitária buscam demonstrar técnicas de produção textual que procuram desenvolver certas capacidades de dominar recursos estilísticos que a língua oferece e que permitem, em certos casos, dar espaço a inovação e a criatividade como uma atividade subjetiva do sujeito/redator.

4 ANÁLISES DE PROCESSOS DISCURSIVOS PUBLICITÁRIOS

A pesquisa que norteia a elaboração do estudo investiga enunciados (das locuções) de um anúncio televisivo do iogurte Activia, observando a construção de uma auto-imagem discursiva, a partir do ponto de vista cultural (crenças e saberes) que a Danone aviva e reproduz frente aos consumidores do produto.

Assim, o objetivo central da análise é observar a atividade discursiva da Danone, que se acredita estar ancorada em relações interdiscursivas que buscam levar ao entendimento de que o iogurte é capaz de regular o funcionamento intestinal.

LOCUÇÕES DO ANÚNCIO

Locução Apresentadora (Fem.): Quer educar seu intestino? Activia funciona para você.

Locução Depoente (Fem.): Eu passo o dia todo fora de casa, então eu preciso ter um horário regular para poder ir ao banheiro. Com ajuda do Activia consegui ter um horário.

Locução Apresentadora (Fem.): Se você também não gosta de ir ao banheiro fora de casa, tome Activia. Activia contém o exclusivo bacilo *Dan Regularis* que regula o intestino naturalmente. Activia ajuda a educar seu intestino. E quem decide o horário é você. Faça o desafio, se não funcionar a Danone devolve o seu dinheiro.

SEQUÊNCIA DISCURSIVA (1):

Quer educar seu intestino? Activia funciona para você.

Em (1), veem-se dois enunciados: respectivamente, um interrogativo e um afirmativo em tom de promessa. Pode-se observar, no primeiro enunciado, por causa da flexão verbal *quer*, com o auxílio do verbo no infinitivo *educar*, que o enunciado efetivamente deve ser lido como imperativo e não interrogativo. Com a articulação dos dois verbos, o que se tem é uma ordem que se torna apreensível por meio do pré-construído *deve-se educar o funcionamento do intestino consumindo Activia*, que ancora enquanto interdiscurso os efeitos de sentido da sequência.

Na parte *Activia funciona para você*, se observada de forma isolada, pode-se chegar de forma interdiscursiva ao entendimento de que o iogurte faz o intestino funcionar. Porém, neste anúncio, com a imbricação do enunciado *Quer educar seu intestino?*, os efeitos de sentido obtidos são outros (embora próximos), eles orientam as conclusões na direção de formas tópicas que indicam que somente se educa o funcionamento intestinal através do consumo do produto.

Em outras palavras, pode-se inferir, com a afirmação/promessa desta sequência, que, com o consumo do Activia, regula-se o funcionamento intestinal. Porém, há um acréscimo, visualizado na articulação com o primeiro enunciado, que afirma que, para ter um bom funcionamento do intestino, deve-se querer educá-lo consumindo o iogurte.

O enunciado, que se apresenta na forma de uma interrogação, permite observar uma sugestão. Ele é um enunciado persuasivo que busca adesão à tese de que o Activia é a solução para males intestinais. A essa luz, por equivalência, entende-se enquanto ação do interdiscurso que o iogurte *regula o funcionamento intestinal*.

SEQUÊNCIA DISCURSIVA (2):

Eu passo o dia todo fora de casa, então eu preciso ter um horário regular para poder ir ao banheiro.

Esta sequência ativa na memória a crença de que o intestino precisa funcionar sempre na mesma hora, como se fosse programado para isso. Essa crença é aproveitada pelo anúncio, principalmente, pelo fato de que ela suscita vários acontecimentos recorrentes nos dias atuais. Para ilustrar um deles, tomando a mulher da atualidade que tem uma carreira e, muitas vezes,

uma vida diária atribulada entre a rotina da casa e as cobranças do trabalho, ter um horário determinado para ir ao banheiro, que não atrapalhe o andamento do seu dia, torna-se mais que uma vontade; passa a ser uma necessidade.

Nesta perspectiva, as relações interdiscursivas do enunciado atuam como um reforço ao pensamento de que quem tem uma vida diária atribulada e cheia de atividades precisa de um horário regular para o organismo realizar as necessidades fisiológicas.

Em (2), mesmo sem a presença de marcadores e/ou operadores linguísticos que sejam vistos como sinais ou indícios de certos efeitos ao nível do intradiscursos, este recorte possibilita, com o apoio em uma memória discursiva sobre a mulher da atualidade, encontrar efeitos de sentido que estão ancorados em pré-construídos como *o intestino deve funcionar como um relógio, pois só assim eu posso estar de bem comigo, com o meu trabalho e com meu dia-a-dia*.

SEQUÊNCIA DISCURSIVA (3):

Com ajuda do Activia consegui ter um horário.

Este enunciado reforça a ideia de que se deve ter um horário fixo para ir ao banheiro. E introduz o “pensamento” implícito que coloca o consumo do Activia como um fator determinante neste processo.

Nas sequências analisadas até aqui, de forma geral, ouve-se falar, em tom de afirmação/promessa, do Activia como solução para problemas de trânsito intestinal lento. Porém, em (3), aparece a flexão verbal *ajuda* que induz a pensar que, se o Activia *ajuda*, ele não pode ser visto como solução definitiva. No entanto, os efeitos de sentido do recorte são orientados para outra direção, isto é, neste depoimento, a atenção, recai sobre o termo *consegui*. Assim, o que se entende é algo que pode ser parafraseado pelo pré-construído: *se eu consumir este iogurte, já que ele ajuda, eu consigo ter um horário regular para ir ao banheiro*. A partir dessa inferência, vê-se que a Danone continua afirmando/prometendo que o Activia faz o intestino lento e preguiçoso funcionar.

SEQUÊNCIA DISCURSIVA (4):

Se você também não gosta de ir ao banheiro fora de casa, tome Activia. Activia contém o exclusivo bacilo Dan Regularis que regula o intestino naturalmente.

A parte final da sequência atua interdiscursivamente como complemento, ou seja, aparece avalizando a afirmação do enunciado anterior.

Desta forma, pode-se pressupor, por causa do uso do *também* no primeiro enunciado, que outras pessoas não gostam de ir ao banheiro fora de casa. Com a inferência, o interlocutor se vê, se for o caso, obrigado a aceitar que não gosta de ir ao banheiro fora de casa, fato que nem sempre precisa ser verdadeiro. No entanto, com a condicional *se*, cria-se uma condicionalidade para alguns interlocutores não dando a eles outra possibilidade de entendimento.

Intestino desregulado pode não ser o único motivo, como é sugerido no anúncio, para as pessoas não quererem usar banheiros fora de sua residência. Por exemplo, pode-se não gostar de usar outros banheiros por motivos de higiene pessoal. No entanto, a posição discursiva e argumentativa que a Danone estabelece não é esta.

Na expressão imperativa *tome*, observa-se a ratificação do entendimento de que algumas pessoas não gostam de ir ao banheiro fora de suas casas e que, para não correrem esse risco, precisam tomar o Activia. Neste caso, conclui-se, como uma gradação recíproca que o bom não é o mais que leva a mais, mas o mais que leva a menos. Isto é, observa-se a ‘ilusão’ de que com o consumo do Activia, menos desconfortos haverá no cotidiano.

SEQUÊNCIA DISCURSIVA (5):

Activia ajuda a educar seu intestino. E quem decide o horário é você. Faça o desafio, se não funcionar a Danone devolve o seu dinheiro.

Dividindo esta sequência discursiva em três partes, ter-se-ia: 1) *Activia ajuda a educar seu intestino*; 2) *E quem decide o horário é você*; 3) *Faça o desafio, se não funcionar a Danone devolve o seu dinheiro*. Na somatória desta sequência, este anúncio se encaminha para o fim (peroração) e procura reavivar na mente dos interlocutores crenças e saberes já mencionados e reforça com a entrada de dados novos o mote publicitário da campanha.

Desta maneira, compreende-se, mesmo estando implícito enquanto pré-construídos: na parte (1), *que o consumo do Activia faz o intestino funcionar e que, por isso, ele pode educá-lo*; na parte (2), *que, por causa do consumo deste iogurte, o intestino vai ser educado, passando a funcionar regularmente, tornando-se regulado como um relógio que, para despertar, só precisa ter a hora acertada*, isto é, *que, para ir ao banheiro, só é necessário tomar o Activia e escolher um horário adequado*; na parte (3), *que, fazendo o desafio*, ou seja,

tomar diariamente este iogurte durante um tempo determinado, a Danone se compromete, no caso de não surtir o efeito proposto pelo desafio, a devolver o dinheiro empregado na compra deste produto, ratificando a certeza da validade do produto.

O pré-construído *Activia regula o funcionamento intestinal*, que atua via interdiscurso na sequência, não faz referência nem para a questão da educação intestinal, nem para o *desafio Activia*. No entanto, recobre a ideia de que, para ter um intestino funcionando regularmente é preciso tomar o Activia, que ajuda a regular o trânsito intestinal (em outras palavras, tem-se a afirmação/promessa de que o Activia faz o intestino funcionar). E esse efeito de sentido é sancionado pela interdiscursividade (enquanto estrutura profunda) que se apoia na questão popular de que *quanto mais ajuda, melhor*.

5 APONTAMENTOS SOBRE REDAÇÃO PUBLICITÁRIA A PARTIR DO DISCURSO

Neste estudo, a partir das apresentações: i) de certas partes do desenvolvimento teórico da AD enquanto teoria do discurso; ii) da ilustração de alguns pontos relativos às técnicas e práticas textuais da mensagem publicitária descritas por alguns manuais de redação publicitária; iii) e da análise de alguns enunciados de um anúncio publicitário, apresentar-se-á algumas considerações pertinentes a respeito da problemática de se compreender a redação publicitária enquanto prática discursiva a partir da perspectiva da teoria materialista do discurso.

Sob esse viés, Possenti (1993), no texto *Notas sobre o discurso como questão pertinente*, aponta que a questão do discurso se colocou para os linguistas em três lugares: i) *discussão sobre qual seria o objeto da linguística*; ii) *as discussões sobre a natureza das línguas*; iii) *as solicitações que outras áreas de conhecimento fizeram para a linguística*.

A primeira questão se desdobra ao mesmo tempo em relação à *extensão do objeto* e a um *princípio mínimo de organização*. A constituição de um objeto de ciência precisa ser *delimitável e representável*.

Assim, Saussure (1974), no *Curso de Linguística Geral*, estabeleceu o objeto da linguística no nível dos signos por sua convencionalidade. Os outros problemas relacionados à linguagem foram colocados para a fala como o lugar onde se entrecruzam dados relevantes, mas não sistematizáveis.

Esta limitação do objeto da linguística, estabelecida por Saussure (1974), custou, de certa forma, a exclusão do sentido para fora das preocupações da Linguística.

Para Possenti (1993), a teoria linguística de Chomsky (1975) é a mais bem sucedida no campo de ampliação do objeto da linguística. Essa teoria, no nível da sintaxe, mostra a relação a um objeto mais extenso que o conjunto de signos. Para ele (1993), Chomsky (1975) atribui um caráter inato a certos princípios gerais de gramáticas possíveis. Neste sentido, entende-se que o que é inato para Chomsky é convencionalizado para Saussure.

Possenti (1993), depois de apresentar as problemáticas dos objetos da linguística em Saussure e Chomsky, aponta que havia também preocupações em tentar explicar o discurso, enquanto unidade maior que o signo e a frase. É neste sentido que se introduz também a crítica de Pêcheux às certas proposições Saussurianas e Chomskianas.

Pêcheux e Fuchs (1993), em *A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975)*, a partir da questão da interpelação, apresentam o conceito de formação ideológica que se caracteriza como a constituição de um conjunto complexo de atitudes e de representações que se relacionam com as posições de classes. Este conceito mostra que o discursivo, justamente pelo fato de não se poder identificar língua e ideologia, deve ser visto como um dos aspectos materiais da materialidade ideológica.

Essa materialidade ideológica comporta, como um de seus componentes, uma ou várias FDs interligadas que determinam o que pode e deve ser dito no interior de determinadas relações de classes.

O fato de o sentido de uma sequência só ser concebível a partir de uma FD leva ao entendimento de que as sequências discursivas sempre pertencem a uma FD dada e que esse pertencimento se encontra recalcado-esquecido para o (ou pelo?) sujeito.

A essa luz, como sustentar que o sujeito/redator seria a fonte e a origem daquilo que diz nos textos publicitários? Neste sentido, apresentar-se-á duas questões que permitem pensar os processos criativos na publicidade.

Por meio da primeira, relativa ao deslocamento da função para o funcionamento, procura-se demonstrar que a publicidade (e a redação publicitária) deve ser entendida e estudada a partir de seu funcionamento enquanto prática discursiva, e não por meio de suas funções. Realiza-se, aqui, o mesmo tipo de deslocamento realizado por Pêcheux (1993) em relação ao par saussuriano Língua/Fala que coloca o estudo dos processos discursivos à luz de seu funcionamento, de suas condições de produção.

A outra questão, relativa às estruturas sintáticas (superficiais e profundas) da teoria chomskyana, que demonstram uma criatividade não-subjetiva no uso da língua, e que permitiram a Pêcheux (1993) pensar, em relação aos processos discursivos, em estruturas

discursivas analisáveis de superfície e em estruturas profundas que as determinam (por exemplo: FD, Interdiscurso, Pré-Construído, Discurso-transverso, entre outros).

A partir destas duas questões, ainda que se trate de uma questão embrionária (ao menos, até certo ponto), pode-se apontar que os efeitos de sentido não se processam no sujeito. Portanto, o dizer do sujeito, e no caso do estudo, o sujeito/redator, é “invadido/atravessado” por outros dizeres. No entanto, esses *outros dizeres* se encontram apagados/esquecidos para e/ou pelo sujeito (eis aí uma das “ilusões” publicitárias de um estágio pré-discursivo e a necessidade de se pensar a redação publicitária, não segundo o ponto de vista que vê a publicidade como uma atividade intuitiva/original e individual de criatividade, mas a partir da perspectiva [interdiscursiva] da teoria materialista do discurso).

REFERÊNCIAS

CARRASCOZA, João A. *Razão e Sensibilidade no Texto Publicitário*: como são feitos os anúncios que contam histórias. São Paulo: Futura, 2004.

CARVALHO, Nelly de. *Publicidade*: a linguagem da sedução. São Paulo, SP: Editora Ática, 2010.

CHOMSKY, Noan. *Reflections on language*. New York: Pantheon Books, 1975.

FREGE, Gottlob. *Lógica e filosofia da linguagem*. São Paulo: Cultrix, 1978.

JAKOBSON, Roman. *Linguística e Comunicação*. São Paulo: Cultrix, 1971.

MARTINS, Jorge S. *Redação publicitária*: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 1997.

ORLANDI, Eni P. *Discurso e leitura*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1996.

ORSATTO, Franciele de O. *Da aparência de crítica ao silenciamento*: Veja e o discurso sobre o fracasso educacional. Cascavel: 2009. 163 p. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, 2009.

PÊCHEUX, Michel. A Análise de Discurso: três épocas (1983). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (Orgs). *Por uma análise automática do discurso*: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. [Trad. Bethânia S. Mariani *et al.*]. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1993b. p. 311-318.

_____. Análise Automática do Discurso (AAD-69). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (Orgs). *Por uma análise automática do discurso*: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. [Trad. Bethânia S. Mariani *et al.*]. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1993a. p. 61-151.

_____. *Semântica e discurso*: uma crítica à afirmação do óbvio. [Trad. Eni P. Orlandi *et al.*]. Campinas: Editora da Unicamp, 2009.

_____; FUCHS, Catherine. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (Orgs). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. [Trad. Bethânia S. Mariani *et al.*]. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1993. p. 163-235.

POSSENTI, Sírio. Notas sobre o discurso como questão pertinente. In: POSSENTI, Sírio. *Discurso, estilo e subjetividade*. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

SANDMANN, Antonio. *A linguagem da propaganda*. São Paulo: Contexto, 2003.

SAUSSURE, Ferdinand. *Curso de Linguística Geral*. São Paulo: Cultrix, 1974.