

## UM ESTUDO DISCURSIVO SOBRE S ENUNCIADOS QUE SACUDIRAM O BRASIL NO ANO DE 2013

A LOOK DISCURSIVE ON STATEMENTS THAT ROCKED THE BRAZIL IN 2013  
YEAR

Célia Bassuma Fernandes<sup>1</sup>  
Denikid de Araújo Albino<sup>2</sup>

**RESUMO:** Este trabalho tem por objetivo lançar um olhar discursivo sobre dois enunciados amplamente repetidos nas ruas das cidades brasileiras, em junho de 2013, quando eclodiram manifestações populares contra o aumento do preço do transporte urbano. Contudo, esse aumento das tarifas teria sido apenas o estopim para que os sujeitos cidadãos se mobilizassem e a ele somassem outras agendas, como o direito à saúde, à educação, à segurança pública de qualidade e pelo fim da corrupção que assolava o país. Buscamos, assim, verificar os efeitos de sentido que irromperam dos enunciados “Vem pra rua” e o “Gigante acordou” utilizados para convocar os sujeitos cidadãos para a luta e para deixar o estado de inércia moral que lhes é histórico. Do nosso ponto de vista, esses enunciados constituem um *acontecimento discursivo*, porque deslizam de um domínio discursivo para outro e produzem efeitos de cidadania e de que outro país era possível. Além disso, eles atestam o caráter material da ideologia na língua e o funcionamento da memória discursiva, que possibilita não apenas a lembrança e a repetição, mas também a refutação e o esquecimento, nos termos de Pêcheux. Por esse viés, tomamos a cidade não como extensão territorial, mas como um grande texto que se dá a ler, isto é, como espaço simbólico em que a história e a língua se articulam produzindo sentidos determinados pela inscrição do sujeito em redes de memória e que reclamam por gestos de interpretação.

**PALAVRAS-CHAVE:** discurso, memória, ideologia

**ABSTRACT:** This paper aims to take a discursive study upon two widely repeated statements in the streets of Brazilian cities in June, 2013, when the rise of urban transportation costs caused popular demonstrations to begin. However, this rise of rates seems to have served as a mere trigger to mobilize citizens to add up other agendas to the demonstrations, such as the right to health, education, good public safety, as well as the corruption installed in the country. Thus, we sought to verify the effects of erupted in the statements “Come to the streets” and “The Giant has woken up”, used to summon the citizens subject to the fight and to leave the state of moral inertia to them history. From our point of view, these statements are a discursive event, because slip of a discursive domain to another and produce effects of

---

<sup>1</sup> Professora de Linguística na graduação em Letras, na Universidade Estadual do Centro-Oeste/UNICENTRO e do PPGL (Programa de Pós-Graduação em Letras), na mesma universidade, onde ministra as disciplinas de História das Ideias Linguísticas e Teorias do Texto. [bacelfer@hotmail.com](mailto:bacelfer@hotmail.com)

<sup>2</sup> Aluno regular do PPGL (Programa de Pós-Graduação em Letras), na Universidade Estadual do Centro-Oeste/UNICENTRO, sob orientação da Prof. Célia Bassuma Fernandes.

citizenship and that another country was possible. In addition, they attest to the ideology material character in the language and operation of discursive memory, which enables not only the memory and repetition, but also the refutation and oblivion. By this bias, we take the city not as territorial extension, but as a large text that is given to read, that is, as a symbolic space in which history and the language are linked producing senses determined by application of the subject in memory networks and that claim by interpreting gestures.

**KEYWORDS:** discourse, memory, ideology

## INTRODUÇÃO

*“Os discursos se repetem, ou melhor, há repetições que fazem discursos.”*

(Jean Jacques-Courtine e Jean-Marie Marandin)

Os protestos contra o aumento das tarifas do transporte público, no Brasil, começaram em março de 2013, em Porto Alegre – quando manifestantes conseguiram fazer com que a prefeitura reduzisse o preço das passagens – e se espalharam como um rastro de pólvora por todo o país, não apenas em grandes cidades, como São Paulo, Goiânia, Rio de Janeiro, Curitiba, Florianópolis, Salvador e Brasília, como também em cidades menores. No entanto, essa movimentação contra o aumento das tarifas do transporte público teria sido apenas o estopim daquela que está sendo considerada a maior revolta popular da história brasileira. A essa pauta somaram-se outras, já que o cenário econômico revelava aumento da inflação, baixo crescimento da economia, perda do poder aquisitivo face aos reajustes automáticos de serviços públicos privatizados (pedágio, transporte coletivo, telecomunicações, energia) e educação e saúde de padrões questionáveis, aliados aos altos gastos e à falta de transparência na construção de estádios para a Copa das Confederações, espécie de “teste” para a Copa do Mundo de 2014.

Esses protestos se intensificaram em junho, quando mais de um milhão de brasileiros saíram às ruas para reivindicar seus direitos de cidadãos, perturbando, mais uma vez, a ordem de um país que parecia adormecido “numa espécie de vertigem benfazeja de prosperidade e paz”, e fazendo emergir contradições e paradoxos (ROLNIK, 2013, p. 8). Historicamente, essa não era essa a primeira vez que o povo brasileiro se revoltava e saía às ruas para lutar por seus direitos. No início da década de 1990, a população também se mobilizou para pedir o

*impeachment* do então presidente Fernando Collor de Mello, acusado de corrupção e de manobras ilícitas para chegar à presidência da república. Entretanto, nos “protestos de junho”, não se tratava, novamente, de destituir um sujeito do lugar de presidente, mas de lutar pela ampliação e efetivação de direitos sociais negados aos cidadãos brasileiros. A população gritava por serviços públicos de qualidade e reclamava do Estado o direito de ter direitos.

Assim como ocorreu na Primavera Árabe<sup>3</sup>, os sujeitos-cidadãos foram convocados pelo *Twitter* e *Facebook*, atestando a importância dessas redes sociais para a finalidade política, já que elas constituem poderosos veículos na circulação dos mais diferentes discursos. No Brasil, os sujeitos organizadores das manifestações utilizaram essas redes sociais não somente para marcar onde e quando elas ocorreriam, mas como “lugar” em que dados sentidos foram repetidos.

“Vem pra rua” e “O gigante acordou” foram alguns desses dizeres que irromperam na *internet* e passaram a circular nos mais diferentes suportes, como, por exemplo, em cartazes feitos às pressas, em casa, de forma amadora e improvisada, pelos manifestantes, que buscavam convocar os cidadãos brasileiros a resistir à falta de direitos e pelo fim da corrupção, desestabilizando o discurso político do país e ressignificando já-ditos em outros lugares. É sobre esses dizeres que ecoaram nas ruas das cidades brasileiras e, mais especificamente, sobre esses dois enunciados que lançamos nosso olhar, neste trabalho, buscando verificar os sentidos que deles derivam, bem como que memórias neles ressoam.

A Análise de Discurso de vertente francesa fornece o respaldo teórico necessário para compreender as relações que se estabelecem entre a língua e a história. Para isso, tomamos a cidade como pano de fundo em que esses enunciados irrompem, e que por nós são compreendidos como *acontecimento discursivo*, já que deslizam de um campo do saber para outro, produzindo novos efeitos de sentido. Não se trata, porém, de lhes delimitar a origem ou de buscar o ponto exato onde eles irrompem, mas de compreender o funcionamento discursivo da memória, que está inextricavelmente ligada à existência histórica do enunciado. Do ponto de vista ao qual nos filiamos, é a memória discursiva que possibilita não apenas a lembrança e a repetição, mas também a refutação e o esquecimento. Dizendo de outro modo, é a memória discursiva que determina a formulação, já que entrecruza já-ditos e atualidade.

---

<sup>3</sup> Designação dada à onda de manifestações – convocadas via *internet* – que eclodiram no final 2010 e tomaram corpo em 2011, provocadas pela falta de democracia e pela crise econômica que assolava os países árabes.

## NA ORDEM DA REPETIBILIDADE: ATUALIDADE E MEMÓRIA

No domínio das ciências da linguagem e, mais especificamente pelo viés discursivo, a cidade é um espaço simbólico em que a história e a língua se articulam produzindo sentidos determinados pela inscrição do sujeito em redes de memória e que reclamam por gestos de interpretação. Contudo, não há a possibilidade de um sentido único e somente podemos chegar a ele se considerarmos a relação entre linguagem e a exterioridade.

É a história, entendida não como a sucessão de fatos históricos, mas como historicidade, que permite que determinados sentidos sejam possíveis e outros sejam apagados ou interditados. Chegar ao sentido, de acordo com a perspectiva teórica na qual nos inscrevemos, significa estabelecer uma relação entre o discurso e as condições em que ele foi produzido, e que compreendem não somente o sujeito e as circunstâncias da enunciação, mas também, o contexto sócio-histórico ideológico no qual ele irrompeu, além da memória, que o sedimenta ou faz com que ele derive para outros (ORLANDI, 1999, p. 30).

Para a teoria materialista do discurso, a cidade é um grande texto que se dá a ler, abrindo espaço para o vestígio do possível. Conforme Orlandi, ela “[...] é uma realidade que se impõe com toda a sua força” (ORLANDI, 2004, p. 11) e nada pode ser compreendido sem tomá-la como espaço significante. É nela/por ela que sujeitos afetados pela ideologia e pelo inconsciente transitam, vivem, (re)produzindo sentidos, isso porque o corpo do sujeito e o corpo da cidade estão intimamente imbricados e não existem por si mesmos.

A autora parte do princípio de que o espaço urbano possui uma “organização”, que abarca o imaginário projetado sobre a cidade, tanto por aqueles que a habitam, como por urbanistas e administradores que se relacionam com ela por meio desse imaginário, organizando-a, planejando-a e afetando o modo como os sujeitos a significam e se significam. Esse modo de falar a cidade dos especialistas do espaço urbano homogeneiza os sentidos e se transforma nos discursos *sobre* o urbano, apagando a sua forma histórica, o seu real, a sua “ordem” ou a “sistematicidade sujeita ao equívoco” (ORLANDI, 2001, p. 186).

Há, pois, uma sobredeterminação do urbano sobre a cidade, que silencia o seu real, isto é, os discursos dos especialistas afetam de tal modo o senso comum, que apagam as suas contradições, materializando-se, por exemplo, no modo como os sujeitos dividem o espaço urbano. Nas favelas, moram aqueles que trabalham para a (re)produção da força do trabalho e

em condomínios fechados, aqueles que tiram proveito dessa força. Segregação, delimitação do espaço, segundo a divisão do capital.

Em junho de 2013, esse discurso homogeneizante foi rompido e o real da cidade, e mais precisamente dos sujeitos cidadãos brasileiros, emergiu sob a forma de manifestações que reuniram milhares de sujeitos, os quais não puderam mais permanecer calados diante da negação de serviços básicos, como saúde, educação e o direito de ir e vir, além do grave quadro de corrupção que atingia o país, apagando a ilusão de prosperidade, própria do discurso neoliberal. Como um terremoto, as manifestações abalaram as bases políticas do país e se constituíram em armas utilizadas pelos sujeitos cidadãos para reivindicar seus direitos, deixando em alerta os administradores do espaço público.

Assim como o enunciado “On a gagné” ecoou na Praça da Bastilha, em Paris, em 10 de maio de 1981, quando a esquerda venceu as eleições presidenciais, marcando “[...] o momento em que a participação passiva do espectador-torcedor se converte em atividade coletiva gestual e vocal, materializando a festa da vitória da equipe, tanto mais intensamente quanto ela era mais improvável” (PÊCHEUX, 1997b, p. 21), “Vem para a rua” e “O gigante acordou” ressoaram de um ponto a outro do Brasil. Esses enunciados, por um lado, provocaram efeitos de sentido de patriotismo, de civismo e de cidadania, dando a ilusão de unidade, e, por outro, a ilusão de que, independente de qualquer posição política, o “povo” havia se organizado para reclamar pelos seus direitos.

A resistência e o protesto contra o que os manifestantes entendiam como ‘desmandos’ se materializaram em discurso por meio de gritos de ordem, propagandas e *outdoors*, faixas e cartazes, muitas vezes, feitos às pressas, em casa, de maneira improvisada, pois o mais importante não era a forma material em que circulavam esses dizeres, mas os seus efeitos, que apontavam para a indignação e para a vontade de mudança.

“Vem pra a rua” foi um desses enunciados que ecoou nas ruas das cidades brasileiras. Transformado em *hashtag*<sup>4</sup> em redes sociais como *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*, saiu da *internet* para estampar cartazes exibidos em cidades de todo o país, convocando os sujeitos-cidadãos para participar das manifestações. Criada pelo cantor Wilson Simoninha, para ser um *jingle* publicitário da Fiat, para a Copa das Confederações, a música *Vem pra rua*, foi gravada pelo líder do Rappa, Marcelo Falcão, e acabou sendo repetida em todas as

---

<sup>4</sup> *Hashtags* são palavras-chave antecedidas pelo símbolo “#”, que designam o assunto o qual está sendo discutido em tempo real no *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*.

manifestações, como já havia ocorrido com “Pra não dizer que não falei das flores” (Quem sabe faz a hora), na década de 1960.

Segundo consta, embora não fosse patrocinadora dos megaeventos da época, a fabricante de carros teria criado a campanha para convocar a população para a rua, porque “a rua é a maior arquibancada do Brasil”, já que os ingressos eram caros e, logo, inacessíveis à maioria da população. *Arquibancada* ressoa como espetáculo resultante de jogo, de carnaval ou desfile e encaminha para sentidos relacionados àquilo que é público, de direito de todos. Pelo efeito metafórico, a rua, tomada como “arquibancada”, não seria apenas o espaço comum nas cidades brasileiras, mas aponta para sentidos de que ela seria o lugar propício para que os sujeitos cidadãos pudessem lutar pelos seus direitos.

Aos moldes franceses, mais uma vez, um enunciado do domínio da publicidade desliza para o campo da política, e de convite para a festa da Copa das Confederações, passa a palavra de ordem nos movimentos que sacudiram o país em junho de 2013. Entrecruzando memória e atualidade, constituiu um *acontecimento discursivo*, referendando os pressupostos defendidos por Pêcheux, de que um discurso não existe de forma isolada, e de que os dizeres recebem seu sentido da formação discursiva (FD) na qual emergem. Para ele, “[...] os indivíduos são ‘interpelados’ em sujeitos-falantes (em sujeitos de *seu* discurso) pelas formações discursivas que representam ‘na linguagem’ as formações ideológicas que lhes são correspondentes” (PÊCHEUX, 1997 a, p.161, grifos do autor).

Isso significa que o dizer do sujeito está sempre inscrito em uma formação discursiva (FD), que permite não só que ele seja repetido, mas também silenciado, apagado, ou ainda, que adquira novos sentidos, pois:

[...] todo o enunciado é intrinsecamente suscetível de torna-se outro, diferente se si mesmo, de se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro [...]. Todo enunciado ou sequência de enunciados é linguisticamente descritível como uma série de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar à interpretação” (PÊCHEUX, 1997b, p. 53).

Conforme Orlandi (1999), a formação discursiva é o lugar da constituição dos sentidos, disponibilizando dizeres que afetam o modo como o sujeito se significa. Porém, essa inscrição de dizeres em dada formação discursiva não ocorre de forma consciente, pois o sujeito é afetado pelas ilusões que lhes são constitutivas e estão relacionadas à interpelação ideológica,

que consiste em fazer com que ele seja levado a se identificar ideologicamente com certos dizeres e não com outros.

Conforme Indursky (2003), os discursos pré-existem em uma estrutura vertical, referente à possibilidade de serem repetidos, e as formações discursivas seriam o lugar em que o sujeito, a partir da posição ocupada na formação social, se manifesta. Ao produzir discursos, ele inscreve seu dizer na ordem da repetibilidade, em uma estrutura horizontal, correspondente à forma que o enunciado tomou em seu discurso, após passar pelo processo de linearização.

Isso significa que o discurso do sujeito é produzido no ponto em que o eixo da constituição se imbrica com o eixo da formulação. Desse imbricamento resulta o efeito de memória, pois os sentidos são ressignificados e atualizados. De acordo com Indursky (2003), é esse efeito de memória que permite que os sentidos se transformem e se ressignifiquem, deslizando de um domínio discursivo para outro. Logo, o enunciado “Vem para rua” faz funcionar a memória, pois se inscreve em uma rede de formulações que precede as “revoltas de junho”, e foi esse efeito de memória que significou no junho de 2013.

De acordo com Indursky (2011), tanto a memória discursiva como o interdiscurso fazem parte da memória social, mas não podem ser confundidos, pois enquanto este diz respeito ao conjunto de dizeres possíveis, isto é, ao complexo de formações discursivas, aquela comporta os sentidos legitimados no interior de dada formação discursiva. Desse modo, segundo ela, o interdiscurso é mais abrangente e abarca a memória discursiva referente ao complexo de todas as FD, ou seja, enquanto o interdiscurso é saturado e produzido por vozes anônimas, a memória discursiva é lacunar e congrega apenas dizeres autorizados pela forma-sujeito (INDURSKY, 2011, p.88).

Isso não assegura, no entanto, que certos sentidos sejam sempre repetidos no interior de uma formação discursiva, pois eles também podem ser recusados, apagados ou esquecidos, já que o sujeito, sem que tenha consciência disso, “escolhe” o que falar e o que calar, de acordo com a formação discursiva em que se inscreve. Conforme a autora, é assim que podemos distinguir entre o “[...] *memorável*, que é da ordem do ‘todos sabem’, e a memória discursiva que é de ordem ideológica. É o ideológico que responde pela natureza lacunar de uma FD e da memória discursiva por ela representada” (INDURSKY, 2011, p.87, grifos da autora).

Nas ruas, o enunciado “Vem pra rua” ressoou, pelo funcionamento da memória, a propaganda da Fiat, além do imaginário sobre o cidadão brasileiro, qual seja de acomodado e

resignado, estabelecendo redes parafrásticas com outros, e que no calor das manifestações, produziram os mesmos efeitos, como “Deixe o comodismo de lado” e “Lute pelos seus direitos”.

O verbo no imperativo, característico do discurso autoritário, não abre espaço para a contestação, para não participar das manifestações. Não é dada, ao sujeito-cidadão, outra escolha senão a de se juntar aos demais, numa espécie de “agora” ou “nunca”. Dizendo de outro modo, para os sujeitos manifestantes, o enunciado produziu o efeito de convocação, chamando a população para abraçar a luta pelos direitos dos cidadãos comuns.

O “O gigante acordou” foi outro enunciado muito repetido e de ampla circulação nos mais diferentes suportes durante as manifestações, estando entre os *trending topics*<sup>5</sup> brasileiros com a *hashtag* #ogiganteacordou. Embora a teoria discursiva defenda a impossibilidade de delimitar o exato momento em que um discurso irrompe, tomamos, neste trabalho, como efeito de origem do enunciado, a propaganda<sup>6</sup> criada por Alexandre Gama, da CCO global da Neogama/BBH, em 2011, para uma campanha da *Johnnie Walker*, no Brasil.

Nessa propaganda, o Pão de Açúcar, no Rio de Janeiro, se transforma em um gigante, que após um longo tempo imobilizado, se dirige para o mar. A imagem é acompanhada pelo enunciado: “O gigante não está mais adormecido. *Keep Walking, Brazil*”. Nesse funcionamento, tanto o verbal como o não verbal somente significam porque neles ressoam sentidos relacionados a Gulliver – personagem criado pelo escritor irlandês Jonathan Swift – na obra datada de 1726. Nesse clássico da literatura mundial, o gigante, em uma de suas viagens, chega à ilha de Lilliput, habitada por seres diminutos, e ao adormecer, é amarrado, ficando impossibilitado de se mover, mesmo sendo “um gigante”.

Para os brasileiros, a imagem somente pode ser compreendida porque o gigante metaforiza o Brasil, país tropical, de extensas dimensões territoriais, e que por tanto tempo estivera adormecido. Outro sentido possível seria o de que o gigante poderia representar cada um dos cidadãos brasileiros, que juntos, se tornariam invencíveis, corroborando o chamamento do “Vem para rua”. Ou seja, assim como uma palavra pode ser tomada por outra, também uma imagem pode ser tomada por outra. É, pois, pela transferência, pela metáfora, que as palavras e imagens significam.

<sup>5</sup> *Trending Topics* ou TT's é uma lista em tempo real, das palavras mais postadas no *Twitter* em todo o mundo. (Disponível em: [www.twitter-brasil.net/](http://www.twitter-brasil.net/) Acesso em 16 de Abril de 2015.

<sup>6</sup> Disponível em: (<https://www.youtube.com/watch?v=jstIFhN5Nts>). Acesso em 16 de Novembro de 2013.

Davallon (2007) entende a imagem como “um operador de memória social” (DAVALLON, 2007, p. 31), que permite a lembrança, a partir do acordo de olhares, pois ela seria o registro da relação intersubjetiva e individual. Para Pêcheux (2007), se for assim entendida, ela comportaria, “no interior dela mesma, um programa de leitura, um percurso escrito discursivamente em outro lugar” (PÊCHEUX, 2007, p. 51) e estaria relacionada à memória, a uma “dialética da repetição”, que resulta na formação de um efeito de série do legível. Entretanto, segundo ele, e citando Achard (2007), essa regularização pode ser afetada pelo acontecimento discursivo novo, desestabilizando-a e constituindo uma nova série.

Com relação à recorrência dos itens lexicais e dos enunciados, Marandin *apud* Pêcheux (2007), assinala que a repetição da palavra abre espaço para o jogo da metáfora, em uma “espécie de repetição vertical, em que a própria memória esburaca-se, perfura-se antes de se desdobrar em paráfrase” (PÊCHEUX, 2007, p. 53). Dizendo de outro modo, a repetição resulta em um efeito de série, de “regularização”, de “vulgata parafrástica”, que possibilita que os enunciados possam ser compreendidos. Segundo Pêcheux, há um jogo de força na memória, que visa, por um lado, assegurar os implícitos pré-existentes e, por outro, promove uma desregulação, inaugurando o sentido novo, que ocorre, segundo ele, porque a memória não pode ser compreendida como

[...] uma esfera plena, cujas bordas seriam transcendentais históricos e cujo sentido seria homogêneo, acumulado ao modo de um reservatório: é necessariamente um espaço móvel de divisões, de disjunções, de deslocamentos, e de retomadas, de conflitos de regularização... Um espaço de desdobramentos, réplicas, polêmicas, e contra-discursos (PECHÉUX, 2007, p.56)

Pela perspectiva discursiva, a imagem não é transparente, nem é possível traçar um trajeto de leitura para ela, pois, assim como os enunciados, ela é opaca e muda e seu sentido varia de acordo com a história. Para Souza (2001), a imagem desempenha um duplo papel: como *cenário*, cumpre uma função meramente ilustrativa, de complementaridade do verbal, configurando uma relação com processos de natureza parafrástica, em que algo se mantém pela repetição, constituindo a memória discursiva e atualizando os dizeres. Por outro lado, respeitando sua especificidade, funciona como *linguagem*, abrindo espaço para o equívoco, para o silêncio e, por consequência, para os processos polissêmicos, para rupturas de processos de significação decorrentes dos deslizamentos de sentido.

Para Venturini (2009), a imagem significa pelo interdiscurso, pois “[...] incorpora os elementos do pré-construído, que se produzem no exterior do discurso e organizam a repetição por meio do retorno de imagens (vistas como enunciados), provocando, eventualmente, apagamentos, esquecimentos e, às vezes, a denegação” (VENTURINI, 2009, p. 130-131). Assim entendida, uma mesma imagem, da mesma forma que os enunciados verbais, retorna em diferentes formulações, dando sustentação ao *ver*, remetendo para espaços de memória e trazendo para a atualidade sentidos já estabelecidos pelo interdiscurso. Isso significa que assim como os discursos são o resultado de já-ditos, também a imagem não provém do “vazio”, mas resulta de um *já-visto* em outro lugar, independentemente.

Não há, portanto, como falar em leitura do não verbal sem colocar em cena o funcionamento da memória discursiva, que uma vez acionada, permite dar sentido àquilo que os olhos veem, sem que, no entanto, seja preciso traduzir em palavras. Logo, é no interdiscurso que os dizeres e as imagens se alojam, determinando pelo *já-dito/já-visto*, aquilo que constitui uma FD com relação a outra. De acordo com Orlandi (2008), o “interdiscurso (memória) determina o intradiscurso (atualidade), dando um estatuto preciso à relação entre constituição/formulação caracterizando a relação ente memória /esquecimento e textualização” (ORLANDI, 2008, p. 94).

Desse modo, os sentidos das imagens, assim como dos enunciados verbais, não são literais, mas determinados em referência à posição ocupada por aqueles que as empregam, isto é, em referência às formações ideológicas, entendidas como um “[...] conjunto complexo de atitudes e representações que não são nem ‘individuais’ nem ‘universais’, mas se relacionam diretamente a posições de classes em conflito umas com as outras” (PÊCHEUX e FUCHS, 1997, p. 166). Para o autor, as formações ideológicas comportam uma ou mais formações discursivas, que determinam aquilo que pode/não pode ser dito, isto é, não só os enunciados, mas também as imagens recebem seu sentido da formação discursiva na qual são produzidas. Na propaganda em questão, a imagem significa porque se inscreve numa extensa rede de formulações que precede as “revoltas de junho de 2013”.

Com relação ao enunciado verbal, o enunciado “O gigante acordou” entra em rede parafrástica com “O gigante não está mais adormecido. *Keep Walking, Brazil*”, que circulou na propaganda da *Jhonnies Walker*. A paráfrase é um dos modos de produção dos discursos e representa o retorno aos mesmos espaços do dizer, conforme Orlandi (1999). É o funcionamento dessa forma de produção de sentidos que garante as diferentes formulações de

dizeres já sedimentados. Porém, quem seria o “gigante”? O personagem de Swift ou cada brasileiro, que após um longo período teria sido despertado, deixando de lado a passividade que por tanto tempo dele tomara conta?

A incompletude é característica da linguagem, porque a língua está sempre aberta ao equívoco. Isso significa que os discursos não estão prontos, mas dependem de como se inscrevem na história. Assim, o “gigante”, conforme já adiantamos, metaforiza cada um dos brasileiros, que juntos, tornam-se invencíveis. O verbo no indicativo aponta para um fato real, verdadeiro, e não haveria agora, qualquer possibilidade de o país voltar a ser como era antes. É como se fosse dito: “Cuidado, estamos de olho”. Na propaganda, esse efeito de sentido é reforçado por *Keep Walking, Brazil*, que mais uma vez, interpela os sujeitos-cidadãos a lutar pelos seus direitos, saindo do estado de inércia moral ao qual sempre esteve preso historicamente.

Outro efeito de sentido que aí ressoa é o do Hino Nacional brasileiro, em que os versos “Gigante pela própria natureza/ És belo, és forte, impávido colosso” produzem o efeito de sentido de grandiosidade, de beleza da pátria, assim como de destemor. “Deitado eternamente em berço esplêndido/Ao som do mar e à luz do céu profundo/Fulguras, ó Brasil, florão da América/Iluminado ao sol do novo mundo!” dá visibilidade, mais uma vez, para a beleza do país que se tornou independente, e por isso, a metáfora do berço e que significa as montanhas, as matas, os rios, enfim toda a natureza do imenso país.

## CONSIDERAÇÕES PROVISÓRIAS

A organização da sociedade civil é fundamental para a construção da vida política de um país e para assegurar direitos considerados essenciais para um povo. No Brasil, as manifestações que tiveram início em março de 2013, em Porto Alegre, contra o aumento de vinte centavos nas tarifas do transporte público, logo se espalharam pelas cidades do país, constituindo um acontecimento histórico do qual derivou um *acontecimento discursivo*.

Essa revolta foi significada por meio de grandes concentrações, de passeatas e, especialmente, pelo discurso, que de acordo com a teoria materialista do discurso, é o lugar onde a ideologia se materializa. Logo, os dizeres que circularam durante as manifestações não constituem apenas construções linguísticas, mas significam pela história, como formas de resistência, pois produzem efeitos de sentido de que os brasileiros deixaram de ser passivos, acomodados, e já não aceitam mais ter seus direitos vilipendiados e ser vítimas da corrupção.

Isso se pode afirmar, tendo em vista que o funcionamento da ideologia instaura, no discurso, evidências de verdade e de objetividade.

A cidade constitui o lugar onde vivem sujeitos socialmente heterogêneos e, com todas as suas contradições e semelhanças, foi o palco em que as manifestações se materializaram. Formada por um conjunto de instituições políticas e administrativas que visam a assegurar a sua organização, no espaço urbano, os sujeitos são tratados como iguais, já que leis são (ou deveriam ser) formuladas para todos e regras/normas a serem seguidas são impostas frequentemente. Trata-se do processo de individualização do sujeito pelo Estado, que por meio de suas instituições e de relações hierarquizadas, produz a forma-sujeito e que, contemporaneamente, corresponde a um sujeito, ao mesmo tempo, livre de coerções e responsável pelos seus direitos e deveres.

Entretanto, essa individualização nem sempre é pacífica, pois o sujeito pode resistir ao modo como o Estado o individualiza, instaurando a contradição. Foi o que aconteceu em junho de 2013, quando sujeitos pertencentes às mais diferentes classes sociais – conforme destacou a mídia – se organizaram, via redes sociais, para reivindicar, nas ruas das cidades brasileiras, por educação, saúde e segurança públicas de qualidade, apontando para o fato de que, apesar de todas as tentativas de administração, há sempre espaço para a contestação, para a resistência.

Os enunciados “Vem pra rua” e “O gigante acordou” foram alguns dos enunciados amplamente repetidos e que circularam nas mais diversas formas, seja em gritos de ordem ou escritos em faixas, cartazes e *outdoors*, interpelando os sujeitos cidadãos a lutar contra os casos de corrupção, contra a má gestão de bens públicos e pelos direitos assegurados por lei, mas negados pelo Estado. Contudo, embora tenham sido ressignificados e atualizados nas ruas das cidades brasileiras, esses dizeres já haviam circulado antes, em outro lugar e, portanto, precedem as manifestações, embora não seja possível determinar-lhes a origem, isto é, o exato momento em que irromperam.

Discursivamente, esses enunciados que ecoaram pelo país e pelo mundo se inscrevem na ordem da repetibilidade, que permite afirmar que os saberes pré-existem aos discursos do sujeito, embora ele tenha a ilusão de que nunca foram formulados antes, em outro lugar. É pelo funcionamento da memória discursiva que esses dizeres são postos em circulação e se repetem, se modificam ou são silenciados, de acordo com a formação discursiva na qual se inscreve o sujeito, instaurando redes de memória.

As análises permitiram compreender de que maneira já-ditos retornam no eixo da formulação, inscrevendo os enunciados na ordem da repetibilidade, garantindo não apenas que não sejam esquecidos, mas também que se modifiquem, deslizem e se transformem. Com isso, queremos dizer que esses enunciados deslizaram do domínio da publicidade para o campo da política, constituindo, do nosso ponto de vista, um *acontecimento discursivo*, porque imbricam atualidade e memória.

O enunciado “Vem pra rua” ressoa a propaganda da Fiat, criada para a Copa das Confederações e estabelece rede parafrástica com “Deixe o comodismo de lado” ou “Lute pelos seus direitos”, convocando os sujeitos cidadãos brasileiros a abandonar o estado de inércia e de resignação em que se encontrava, e que lhe é histórico, produzindo o efeito de sentido de cidadania e de que outro país era possível: um país livre da corrupção e em que os direitos dos sujeitos cidadãos de ir e vir, saúde e educação públicas de qualidade poderiam ser assegurados.

“O gigante acordou” reverbera tanto para “O gigante não está mais adormecido. *Keep walking Brazil*”, adotado como *slogan* da Johnnie Walker, como para o Hino Nacional brasileiro, apontando também para sentidos relacionados à inércia e passividade com que os brasileiros aceitavam a situação de abandono a que sempre estiveram expostos. Contudo, não se trata mais de uma convocação, mas de uma afirmação. Era fato que o povo havia “acordado” do sono profundo que se encontrava, trocando “o berço esplêndido” pela rua, espaço público que é, ao mesmo tempo, de todos e de ninguém.

A mídia hegemônica, por sua vez, deu grande visibilidade às manifestações e fez circular discursos que produziram o efeito de sentido de que, nelas, as relações de força haviam sido apagadas, isto é, de que tanto ricos como pobres, patrões e empregados ocupavam um mesmo lugar – de cidadãos brasileiros – que se uniram para dar um “basta” na corrupção e na má gestão de bens públicos, além de reclamar por direitos assegurados por lei, mas negados pelo Estado, silenciando assim, as reais condições de existência dos sujeitos.

## REFERÊNCIAS

ACHARD, P. et al. *Papel da memória*. 2. ed. Campinas: Pontes Editores, 2007.

\_\_\_\_\_; MARANDIN, Jean. Marie. Quel objet pour l'analyse du discours? In: CONEIN, Bernard. et al. *Matérialités discursives*. Actes du Coloque, Avril, 1980. Paris V Nanterre Lille. Presses Universitaires de Lille, 1981. p. 21-33.

DAVALLON, J. A imagem, uma arte de memória? In: ACHARD, P. et al. *Papel da memória*. 2. ed. Campinas: Pontes, 2007. p. 23-38.

INDURSKY, Freda. A memória na cena do discurso. In: Indursky, Freda et all. *Memória e História na/da Análise do Discurso*. Campinas/SP: Mercado das Letras, 2011.

\_\_\_\_\_. Lula lá: estrutura e acontecimento. *Organon*, Porto Alegre, v. 17, n. 35, p. 101-121, 2003.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos*. 3ª edição. Campinas/SP: Pontes, 2008.

\_\_\_\_\_. *Cidade dos Sentidos*. Campinas/SP: Pontes, 2004.

\_\_\_\_\_. *Discurso e texto: formulação e circulação de sentidos*. Campinas: Pontes, 2001.

\_\_\_\_\_. *Análise do discurso: princípios e procedimentos*. Campinas/SP: Pontes, 1999.

PÊCHEUX, M. O papel da memória. In: ACHARD, P. et al. *Papel da memória*. Campinas: Pontes, 2007, p. 49-57.

\_\_\_\_\_. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Tradução de Eni P. Orlandi. 3. ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997a.

\_\_\_\_\_. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas: Pontes, 1997b.

\_\_\_\_\_; FUCHS, Catherine. A propósito da Análise Automática do Discurso: atualização e perspectivas. In: GADET, F.; HAK, T. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Unicamp, 1997, p. 163-252.

ROLNIK, Raquel. As vozes das ruas: as revoltas de junho e suas interpretações. In: Vainer, Carlos et all. *Cidades Rebeldes: Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil*. São Paulo: Boitempo: Carta Maior, 2013.

SOUZA, Tânia Conceição Clemente de. *A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação*. Rua, Campinas/SP: Unicamp, no. 7, p. 65-94, 2001.

SUPERINTERESSANTE - Blog Super Interessante. *Frases das manifestações 2013*. Terça-feira, 18 de junho de 2013. <<http://blog-superinteressante.blogspot.com.br/2013/06/frases-das-manifestacoes-2013.html>> Acessado em 26 dez. 2013.

VENTURINI, M. C. *Imaginário urbano: espaço de rememoração/comemoração*. Passo Fundo: UPF, 2009.