

RESUMO: Este trabalho apresenta a análise do discurso de uma propaganda publicada na revista Capricho, editora Abril, edição 965, de primeiro de maio de 2005, destinada ao público adolescente, a partir dos subsídios teóricos da análise de discurso (AD) de linha francesa. O objetivo é, ao colocar o dito em relação ao não-dito, verificar a representação da mulher. O método consiste em analisar o discurso, a partir de suas condições de produção, ou seja, considerar o contexto sócio-histórico e ideológico, os interlocutores e a memória. Através do interdiscurso identificar a vocação enunciativa da formação discursiva que afirma e desvelar o Outro que é negado, trazendo para compreensão as vozes que estão em conflito.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso. Interdiscurso. Mulher. Dialogismo.

ABSTRACT: This work presents the analysis of the speech of an advertisements published in the Capricho Magazine, April Publisher, Publishing 965, May 1st 2005, for the teen audience, from the theoretical subsidies of the speech analysis (AD) of French line. The aim is to put the said for the non-said, check the women representation. The method is to analyze the speech from their production conditions, that is considered the socio-historical and ideological context, the interlocutors and memory. Through the interspeech, identify the enunciative vocation of the discursive formation which states and reveal that the Other is denied, understanding the voices that are in conflict.

KEY WORDS: Speech. Interspeech. Woman. Dialogism.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho sustenta-se nos pressupostos teóricos da análise do discurso (AD) francesa. Tem como objeto de estudo o discurso, visto como objeto histórico-social, lugar onde se observa a relação entre língua e ideologia produzindo sentido e efeitos de sentido.

O discurso da propaganda, como os demais gêneros discursivos, é visto como um acontecimento discursivo. O sujeito que a produz é interpelado pela ideologia e o sentido passa a ser uma relação determinada pelo sujeito afetado pela língua e pela história. Neste estudo, procura-se observar por meio do discurso por que o autor diz, aquilo que diz, do jeito que diz. Objetiva-se verificar e analisar marcas que consciente ou inconscientemente, silenciosas ou não, são produzidas

¹ A autora é professora do Colégio Estadual Padre Réus –Ensino Fundamental e Médio. Este texto faz parte do estudo final realizado no decorrer da participação no Programa de Desenvolvimento Educacional (PDE) turma 2007/2008.

² Professora Orientadora, atua na Universidade Estadual do Oeste do Paraná, campus de Cascavel.

pelo autor em relação à ideologia e aos valores culturais socialmente instituídos numa determinada sociedade à mercê da vontade do sujeito.

Neste texto, trata-se da análise da representação imaginária/simbólica da mulher que revela padrões de comportamento instituídos a homens e mulheres tidos como pertencentes às sociedades arcaicas e antigas, mas que chegam à sociedade moderna por meio do interdiscurso assumindo novos “velhos modelos”.

FILIAÇÕES TEÓRICAS

A Análise de Discurso (AD) é uma teoria de linha francesa, surgida na década de 60 e 70. Tem como fundador o filósofo francês Michael Pêcheux (1938 - 1983). É uma disciplina de entremeios e situa-se entre o materialismo histórico, a lingüística e a psicanálise, constituindo-se numa teoria de leitura. “A leitura não é uma questão de tudo ou nada, é uma questão de natureza, de condições, de modos de relação, de trabalho, de produção de sentidos, em uma palavra: de historicidade” (ORLANDI, 2000, p.9).

Como a AD pressupõe o legado do materialismo histórico, suas origens se ancoraram nos estudos de Althusser no que diz respeito aos Aparelhos Ideológicos do Estado. Segundo Althusser (1995) no modelo econômico do capitalismo (na sua concepção clássica), as relações de produção implicam na divisão de trabalho entre os donos de capital e os que vendem a mão-de-obra, a base econômica capitalista (infra-estrutura) e outra, as instâncias político-jurídicas e ideológicas (superestrutura). O autor considera que a infra-estrutura determina a superestrutura, ou seja, a base econômica determina o funcionamento das instâncias político-jurídicas e ideológicas da sociedade. Visto desta maneira, podemos afirmar que a ideologia perpetua a base econômica, ela funciona através dos “Aparelhos Ideológicos do Estado”, ou seja, a religião, a escola, a família, o sistema jurídico, político, sindical, de informação (imprensa, rádio, TV...), cultural (letras, belas artes, esporte). Estes Aparelhos, para o autor, concorrem para o mesmo resultado: a reprodução das relações de produção.

Como afirma Pêcheux, “a região do materialismo histórico que nos diz respeito é o da superestrutura ideológica em sua ligação com o modo de produção que domina a formação social considerada” (PÊCHEUX, 1975, p.165). Visto que a região das ideologias tem materialidade específica e devem ser estudadas, não no campo das idéias, mas como um conjunto de práticas materiais que reproduzem as

relações de produção.

A ideologia é um elemento determinante do sentido de que está presente no interior do discurso, ela é constitutiva da prática discursiva. Sendo assim, “a ideologia faz parte, ou melhor, é a condição e a constituição dos sujeitos e dos sentidos”. (ORLANDI, 2001, p.46). O sujeito é interpelado pela ideologia e o sentido é uma relação determinada do sujeito afetado pela língua e a história. É importante salientar que “o trabalho ideológico é um trabalho da memória e do esquecimento, pois é só quando passa para o anonimato que o dizer produz seu efeito de literalidade, a impressão do sentido-lá” (ORLANDI, 2001, p.49). De acordo com a autora, podemos distinguir duas formas de esquecimento no discurso.

O esquecimento número dois é da ordem da enunciação, denominado ilusão referencial: ao falarmos escolhemos determinadas palavras e não outras, o dizer sempre pode ser outro. Isso significa no dizer e nem sempre o sujeito tem consciência disso. Essa ilusão leva o sujeito a acreditar que há uma relação direta entre o pensamento, a linguagem e o mundo.

O esquecimento número um é da instância do inconsciente e resulta do modo como o sujeito é afetado pela ideologia, por isso chamado esquecimento ideológico. O sujeito tem a ilusão de ser a origem do dizer, quando na realidade, retoma sentidos pré-existentes. Ao enunciar retoma o já dito, o pré-construído, porém pensa que o dizer é seu. Isso poderá ser constatado na análise da propaganda. O autor ao produzir o discurso busca na história o sentido para seu dizer.

O dizer tem sua história e faz história e provoca efeitos diferentes em diferentes interlocutores. E não tem controle sobre isso.

A ideologia não é “x” mas o mecanismo de produzir “x”. Pela ideologia há transposição de certas formas materiais em outras, isto é, há simulação (e não ocultação) em que são construídas transparências para serem interpretadas por determinações históricas que aparecem, no entanto como evidências empíricas. Dessa forma, podemos afirmar que a ideologia não é ocultação mas interpretação de sentido em certas direções, esta determinada pela história (ORLANDI, 2002, p. 101).

Desta forma, “A ideologia só existe na prática social e materializa-se nos discursos” (BACCEGA, 1995, p.35). O sujeito é afetado pela ideologia e os discursos atravessam o sujeito e ao mesmo tempo o constituem. Sendo assim, pode-se afirmar que a ideologia condiciona os sujeitos a certas atitudes, a praticar

determinadas ações, enunciar determinados discursos (e não outros) em um grupo social considerado.

A respeito da lingüística, se a ideologia deve ser estudada em sua materialidade, é na linguagem que ela se materializa, por meio das práticas e dos discursos. É nesse contexto que nasce a AD de Michael Pêcheux, que apoiado em sua formação filosófica, desenvolve um questionamento crítico sobre a lingüística.

A lingüística constitui-se pela afirmação da não transparência da linguagem: ela tem seu objeto próprio, a língua, e esta tem sua ordem própria. Esta afirmação é fundamental para a análise do discurso, que procura mostrar que a relação linguagem / pensamento / mundo não é unívoca, não é uma relação direta que se faz termo-a-termo, isto é, não se passa diretamente de uma a outro. Cada um tem sua especificidade (ORLANDI, 2001, p. 19).

De acordo com Orlandi (2001), a lingüística não trabalha com a língua fechada nela mesma, mas com o discurso que é um objeto sócio-histórico em que o lingüístico intervém como material simbólico. Como diz M. Pêcheux (1975), não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido.

A análise do discurso pressupõe o legado do materialismo histórico, isto é, o de que há um real da história de tal forma que o homem faz história mas esta também não lhe é transparente. Daí, conjugado a língua com a história na produção de sentidos, esses estudos do discurso trabalham o que vai se chamar a forma material (não abstrata como a da lingüística) que é a forma encarnada na história para produzir sentidos: esta forma é portanto lingüístico-histórica (ORLANDI, 2001, p. 19).

Ao se pensar o papel do sujeito, as contribuições de cunho psicanalítico, segundo Mussalim (2001), vale-se dos estudos de Lacan. Lacan faz uma releitura de Freud e assume que o inconsciente se estrutura como uma cadeia de significantes que se repete e interfere no discurso afetivo, como se o discurso fosse sempre atravessado pelo discurso do Outro, do inconsciente, lugar onde emana o discurso do pai, da família, da lei, enfim, do Outro ao qual o sujeito se define e ganha identidade. "O sujeito de linguagem é descentrado pois é afetado pelo real da língua e também pelo real da história, não tendo o controle sobre o modo como elas afetam. Isso redundaria em dizer que o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia" (ORLANDI, 2001, p. 20).

LÍNGUA, LINGUAGEM E DISCURSO

Ao se compreender a língua não como estrutura, mas como acontecimento em que a forma material - a língua - e o sujeito são afetados pela história, tem-se que a AD “concebe a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e de sua história”. (ORLANDI, 2001, p.15). Esta é sujeita ao equívoco, lugar onde a ideologia se materializa. A língua não tem, apenas, a finalidade de transmitir informações, ela é sim, um todo dinâmico, lugar de conflitos; esses conflitos se concretizam nos discursos, é neles que se inscrevem as diferenças de interesses sociais.

É importante observar que a enunciação está relacionada com a formação discursiva e com a formação ideológica, e que esta, relaciona-se com a dinâmica das classes sociais, as quais têm interesses antagônicos e conflitantes. “A enunciação é o lugar onde ‘nasce’ o discurso, o lugar de onde ‘brota’ o discurso. O enunciado é a manifestação desse discurso, quer seja na modalidade escrita da língua, quer seja na modalidade oral”. (BACCEGA, 1995, p. 53).

A língua, dada, só vale enquanto palavra dando-se. Ou seja: ela vale do que existe para o que vai existir. Caso contrário, será apenas instrumento a serviço do sistema de valores que objetiva manter o status que, emoldurando a realidade nas suas categorias que, obviamente, já cristalizam a visão da classe dominante (BACCEGA, 1995, p. 42).

Acrescenta-se, ainda, que é preciso que haja aproximação do objeto do conhecimento, respeitando e acompanhando suas transformações, ou seja, é a linguagem em movimento, por isso o gerúndio, dando-se. A língua é dialética, é um constante “já visto” e “o por ver”, “o dado” e o “por dar-se”. Assim como o homem modifica o mundo exterior, ele próprio modifica-se, por isso a palavra não é um “dado” e sim um dando-se, porque ela participa do processo de transformações e traz a idéia de que o presente contém o futuro.

Pode-se ainda afirmar que a linguagem não é vista como suporte de pensamento ou instrumento de comunicação, como a concebiam o estruturalismo de Saussure ou as teorias de Jakobson.

A análise do Discurso concebe a linguagem como mediação entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que vive. O trabalho

simbólico do discurso está na base da produção da existência humana (ORLANDI, 2001, p.15).

Não passa só pelo psíquico ou pelo social, mas também pelo domínio da ideologia, ou seja, pelas suas condições de produção: o contexto histórico-social, a situação, os interlocutores, a memória, isto é, o ideológico, a história está presente na linguagem e determina o sentido dos enunciados.

Baccega (1995) diz ainda que a cultura que recebemos já pronta das gerações passadas e a condição que temos de re-elaborarmos essa cultura, esses valores e criarmos novas ações e significações, uma nova realidade histórica é mediada pela linguagem, principalmente a verbal, através da palavra, ou seja: entre o homem e a realidade, entre o sujeito e o objeto, há uma mediação. A autora afirma que “há uma “cerca”, há uma “força” que impele o sujeito a perceber a realidade de um determinado modo e a raiz dessa força é a palavra”. Para a autora o sentido de uma palavra “nasce”, produz-se, em geral, a partir de mudanças sociais, de novas teorias, novos conteúdos, de novas ações humanas.

O objeto de estudo da AD é o discurso, lugar onde se observa a relação entre a língua e a ideologia produzindo sentido. O discurso é um objeto histórico-social cuja especificidade está em sua materialidade, que é a lingüística. Sua materialidade específica é a língua, pois, é através dela que ele se manifesta. “O discurso é efeito de sentidos entre locutores” (ORLANDI, 2001, p. 21).

A Análise do Discurso como seu próprio nome indica, não trata da língua, não trata da gramática [...]. Ela trata do discurso. E a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a idéia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando (ORLANDI, 2001, p. 15).

Dessa forma, segundo a autora, a palavra é um ato social que comporta todas as implicações, conflitos, relações de poder, constituição de identidade, e muda de sentido ao passar de uma formação discursiva para outra, porque muda a sua relação com a formação ideológica.

A sociedade funciona com um número infindável de discursos, Baccega (1995) diz que esses discursos se cruzam, se esbarram, se anulam, se complementam e dessa dinâmica nascem os novos discursos. Essa dinâmica tem seu momento mais importante quando se materializa no discurso-texto e é captada pelo receptor que lê a partir de seu universo, constituído também pelo diálogo estabelecido entre discursos.

Para se enfrentar a questão dos discursos, temos, portanto, de considerar que a linguagem não é meramente um exercício de significações circunscritas individualmente, delimitadas “no” sujeito. Há que se perceber o “deslocamento” dessas significações: a produção do sentido está na sociedade, está na história (BACCEGA, 1995, p. 27).

A autora afirma que o cotidiano de cada sujeito está inserido num universo de discursos sociais, essa materialidade discursiva constitui sua subjetividade. Logo a subjetividade de cada um é o resultado da polifonia, das muitas vozes sociais que cada indivíduo recebe, ou seja, a subjetividade é resultado da realidade social ao mesmo tempo em que é construtora dessa realidade. É importante salientar também que sendo a subjetividade do sujeito resultado de vários discursos, resultado de uma pesada carga social, ele também pode reelaborar e inovar os discursos que lhes chegam.

O SUJEITO

Quanto ao papel do sujeito, ou os papéis que ele assume quando elabora o seu discurso, a teoria vem re-significando a noção de sujeito. As definições de sujeito são feitas, a partir dos estudos de Mussalim (2001) da seguinte forma: para a AD-1, o sujeito é concebido como assujeitado, marcado por influências externas, quem fala por ele é uma teoria ou uma instituição, o sujeito não pode controlar o sentido de seus enunciados, pensa que é livre, mas é assujeitado e inserido em uma ideologia e isso não depende da sua vontade. Como parte integrante de uma sociedade, ele é afetado por toda história vivida, da qual fez/faz parte e o levou-o/leva a ser de determinada forma, a pensar de determinada forma, a falar de determinada forma.

Sobre a AD-2, Mussalim (2001) diz que o sujeito precisa ser compreendido a partir da noção discursiva de Foucault. Segundo a autora, Foucault afirma que não existe um sujeito “apenas assujeitado” e sim que há nele uma dispersão de enunciados vindos de outras fontes. O sujeito passa a ser concebido como aquele que desempenha diferentes papéis, de acordo com as posições sociais que ocupa. Mesmo assim, o sujeito não é totalmente livre, ele sofre influências da formação discursiva da qual ele enuncia, já que esta é regulada por uma formação ideológica. Ou seja, o sujeito do discurso, ocupa um determinado lugar social que determina suas enunciações (o lugar do jornalista, do professor, do publicitário etc.), esse lugar

social define o que pode e deve ser dito, determinado por uma formação ideológica.

Na AD-3, a noção de sujeito é marcada pela heterogeneidade. Essa noção, segundo Possenti (1990), constitui-se a partir dos estudos de Foucault, Bakhtin e Lacan. O sujeito é marcado pelo inconsciente: este fala, tem voz nas enunciações. Não há sujeito totalmente consciente. Há a polifonia, a presença das várias vozes que marcam os discursos do sujeito, ou melhor, os enunciados de outros discursos marcam a memória do discurso proferido. É o trabalho da memória, do interdiscurso. De acordo com a autora, “há um sujeito clivado dividido entre o consciente e o inconsciente” (MUSSALIM, 2001, p.134).

Dessa forma, ratifica Baccega (1995), o sujeito exerce um papel ativo no processo de conhecimento, mesmo que ele seja resultado dos condicionamentos sociais, o que implica uma visão da realidade com forte presença dos aspectos socialmente transmitidos. Para a autora, é na prática social que o sujeito apreende o objeto na e pela atividade. Ao aprender a falar, não significa que o sujeito aprende apenas utilizar palavras, e sim aprende a produzi-las. E aprender a produzi-las implica em comungar com a realidade, que lhe é atravessada por meio do discurso, ou seja, o sujeito ao mesmo tempo em que se constitui na e pela realidade, participa do movimento de construção de variações históricas. É preciso que o sujeito tenha a sensibilidade de perceber que a “palavra” em si contém a idéia de “mudança” e é no cotidiano da interação social que ela manifesta as mudanças.

Sendo assim, o sujeito se constitui na interação social. Isso ocorre por vários fatores, tais como: educação, religião, cultura, classe social, nível sócio-econômico. E é a partir dos lugares que o sujeito ocupa que ele constrói e reconstrói suas concepções acerca do mundo. Ele é mediado na prática social, pela linguagem que representa interesses de classes ou de grupos.

Podemos afirmar, diante do exposto, que o sujeito é interpelado pela ideologia, é marcado histórica e ideologicamente. Ele é atravessado por outros discursos que constituem a sua memória discursiva. Em todo dizer, há sempre algo que se mantém de outras fontes, que provêm de informações que estão no inconsciente, e são partes integrantes do discurso. É o interdiscurso presente nas enunciações. O que há em toda materialidade discursiva é a presença da ideologia, da polifonia, da voz do Outro, da alteridade, da historicidade marcando-se na materialidade lingüística, porém ele movimenta-se.

FORMAÇÃO DISCURSIVA E INTERDISCURSO

A noção de formação discursiva (FD) é fundamental na análise de discurso, pois permite compreender o processo de produção dos sentidos e sua relação com a ideologia. O discurso constitui seu sentido porque aquilo que o sujeito diz se inscreve em uma FD e não outra, para atribuir um sentido e não outro, sendo assim, as palavras derivam seus sentidos das FDs em que se inscrevem. As FDs, por sua vez, representam no discurso as formações ideológicas (FI). “As formações ideológicas [...] comportam necessariamente, como um dos componentes, uma ou várias formações discursivas interligadas que determinam o que pode e deve ser dito [...] a partir de uma posição dada numa conjuntura” (PÊCHEUX, 1975, p. 166).

Sendo assim, é possível afirmar que o lugar e o papel e/ou papéis sociais que o sujeito ocupa, e de onde enuncia, é determinante na produção do sentido de uma enunciação, de um enunciado, haja vista, seu discurso estar relacionado a uma formação discursiva, determinada por uma formação ideológica. Não se pretende identificar ideologia e discurso, mas, pode-se conceber o discursivo como um dos aspectos da materialidade ideológica. Segundo o autor, em cada formação ideológica há um conjunto de atitudes que se relacionam mais ou menos diretamente a posições de classe em conflito que configuram as várias formações discursivas.

De acordo com Orlandi (2001) o dizer não é propriedade do sujeito, o dizer é social, ele significa pela história e pela língua. Há sempre um já-dito que sustenta a possibilidade do dizer, isto é fundamental para compreender o funcionamento do discurso. Dessa forma, o autor da propaganda em análise neste trabalho, pode até ter tido a ilusão que o dizer ali materializado é novo. Ele é novo no sentido de ser uma nova forma de materialização do discurso, mas o sentido está no já-dito, na presença da historicidade na língua. O interdiscurso constitui os discursos, pois ele é um conjunto de formulações já feitas e já esquecidas que determinam o dizer do sujeito, como já mencionado, no esquecimento da ordem da enunciação e da instância da ideologia. Para que as palavras tenham sentido é preciso que elas façam sentido.

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, independente. Ou seja, é o que chamamos de memória discursiva: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que

retoma sob a forma do pré-construído, o já dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra (ORLANDI, 2001, p.31).

Segundo a autora, é possível dizer que existe uma relação entre o já-dito e o que está se dizendo, que é a ligação que existe entre interdiscurso e intradiscurso, ou seja, entre a constituição do sentido e sua formulação. No interdiscurso teríamos todos os dizeres já-ditos e esquecidos que em seu conjunto representa o dizível. O intradiscurso seria o eixo da formulação, ou seja, aquilo que estamos dizendo naquele momento dado, em condições dadas.

A formulação de um enunciado está determinada pela relação com o interdiscurso. Uma nova enunciação é composta pela formulação e pela historicidade, o saber discursivo vai se constituindo ao longo da história e ao mesmo tempo vai produzindo novos dizeres. E é a memória que torna possível o dizer do sujeito num determinado momento e que representa o eixo de sua constituição: o interdiscurso. É também o interdiscurso, a historicidade que determinam as condições de produção: da situação relevante para a discursividade.

Maingueneau (2005) propõe repensar o fechamento das FDs, as relações do Mesmo (discurso) e de seu Outro, assim como o conceito se desenhava nos anos 60. Segundo o autor, os procedimentos utilizados visavam a revelar a identidade consigo mesma, a FD fechada nela mesma, devido à núcleos invariáveis em torno de alguns pontos privilegiados do discurso. Pensado dessa forma, a relação com outras FDs não podia ser pensada a não ser segundo o modo espontâneo da justaposição de unidades exteriores umas às outras.

Para Maingueneau, a partir dos estudos de Revuz, diz que há duas formas de presença do “Outro” no discurso: a heterogeneidade mostrada e a heterogeneidade constitutiva. A primeira é acessível aos aparelhos lingüísticos, mostra sua Alteridade, a presença do Outro nos discursos citados, em auto-correções, palavras entre aspas ou itálico, no discurso relatado e no direto, etc.

Já, a heterogeneidade constitutiva revela o primado do interdiscurso sobre o discurso; o discurso é dominado pelo interdiscurso, ou seja, amarra o Mesmo do discurso e seu Outro, ao mesmo tempo; o discurso não é um espaço no qual viria introduzir-se, do exterior, o discurso do Outro, ele se constitui através de um debate com a Alteridade (a voz do Outro). Nesse caso, os enunciados de Outrem que estão intimamente ligados ao discurso, constitui-se um espaço de trocas entre vários discursos.

Maingueneau substitui o termo “interdiscurso” pela tríade: universo discursivo, campo discursivo, espaço discursivo.

O “universo discursivo” (UD) corresponde ao conjunto de FDs de todos os tipos que interagem numa conjuntura dada. É de pouca utilidade para o analista. Os “campos discursivos” (CD) compreendem o conjunto de FDs que entram em concorrência, delimitando-se reciprocamente em uma região determinada no UD. Pelo termo “concorrência” deve-se compreender tanto o confronto aberto, quanto a aliança, a neutralidade aparente entre discursos com a mesma função social e divergem sobre o modo pelo qual ela deve ser preenchida.

É importante salientar que é no CD que se constitui um discurso, essa constituição, pode-se deixar descrever em termos de operações regulares sobre FDs já existentes. O que não significa que um discurso se constitua da mesma forma com todos os discursos desse campo, e isso em razão da heterogeneidade.

No “campo discursivo”, o analista é conduzido a isolar os “espaços discursivos”, ou seja, subconjuntos de FDs, as quais o analista julga relevantes para seu propósito colocar em relação para a análise. Na propaganda coloca-se em hipótese (e no decorrer da análise isso vai se confirmando) duas FDs em confronto: uma formação discursiva historicamente constituída, dada como machista e outra, pode-se, dizer feminista, que traz a voz da mulher moderna que entra em conflito, em embate com aquela determinada socialmente.

Reconhecer o Primado do interdiscurso a partir da heterogeneidade constitutiva “é incitar a construir um sistema no qual a definição de rede semântica que circunscreve a especificidade de um discurso coincide com a definição das relações de um discurso e seu Outro” (MAINGUENEAU, 2005, p. 38).

Dessa forma, é possível dizer que no nível das condições de possibilidades semânticas existe um espaço de trocas e jamais de identidade fechada, ou seja, a definição de rede semântica que circunscreve a especificidade de um discurso coincide com a definição do Mesmo, ou não.

O Outro não deve ser pensado como uma espécie de “envelope” do discurso, ele mesmo considerado como o envelope de citações tomadas em seu fechamento. No espaço discursivo, o Outro não é nem fragmento localizável, uma citação, nem uma entidade exterior; não é necessário que seja localizável por alguma ruptura visível da compacidade do discurso. Encontra-se na raiz do Mesmo sempre já descentrado em relação a si próprio. [...] É o que faz sistematicamente falta a um discurso e lhe permite fechar-se em um todo. É aquela parte de sentido que foi necessário que o discurso sacrificasse para constituir sua identidade (MAINGUENEAU, 2005, p.39).

Segundo o autor, disso decorre o caráter essencialmente dialógico de todo enunciado. A impossibilidade de dissociar a interação dos discursos do funcionamento intradiscursivo.

Se a identidade do seu Outro é semelhante, é aceita como parte do seu Mesmo, ou então, adversária, daí decorre o embate entre FDs diferentes e instala-se a polêmica.

A polêmica aparece exatamente como uma espécie de homeopatia perversa: ela introduz o Outro em seu recinto para melhor conjurar sua ameaça, mas esse Outro entra anulado, enquanto tal simulacro. Ela mantém pois um duplo laço com o simulacro: pelo fato de que ela mesma é um simulacro de guerra, como indica seu nome, uma guerra de papel, e pelo fato de que ela não cessa de traduzir o Outro em seu próprio simulacro (MAINGUENEAU, 2005, p.133).

Para o autor tem sempre uma FD que atribui uma vocação enunciativa, o interdiscurso ocorre quando duas FDs entram em confronto. Olhar o discurso como interdiscurso significa observar quais vozes estão em conflito, ou seja, quando uma FD afirma, ela nega o seu Outro, há um embate às vezes silencioso, às vezes explícito.

AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO

Sobre a natureza dos sentidos, de acordo com Orlandi (2001), a AD assume que, o que há, são efeitos de sentidos produzidos a partir de certas condições de produção. A quantidade de sentidos em um texto oral ou escrito, não equivale apenas ao verbalizado ou ao que foi codificado. O que não foi dito, ou foi deixado de dizer, faz sentido, ou seja, “o não dito”, também produz sentidos. Assim, podemos dizer que o sentido é um efeito de sentido. Além disso, para AD, um enunciado ou enunciação tem vários sentidos. É a polissemia, é a ruptura de processos de significação.

Segundo a autora, as condições de produção compreendem os sujeitos, a situação, ou contexto, também a memória faz parte da produção do discurso. Considera-se as condições de produção no sentido estrito, o contexto imediato, ou seja, das circunstâncias da enunciação. Ou no seu sentido amplo, incluindo o contexto sócio-histórico ideológico.

O contexto em que o discurso foi produzido é de suma importância, visto que muitos enunciados são ambíguos, porém, o contexto justifica a sua significação. Há também os discursos, em que seus enunciados se relacionam entre si, ou porque

foram produzidos na mesma instância, ou porque são relativos há um mesmo referencial (político, médico etc.).

Para a AD as condições de produção que constituem os discursos, segundo Orlandi, produzem relações de sentido, visto que estas resultam de outras relações, portanto, não há discurso que não se relacione com outros. Por outro lado, há o mecanismo de antecipação, todo sujeito pode colocar-se no lugar em que seu interlocutor ouve suas palavras, este se antecipa quanto ao sentido que sua fala poderá produzir e isso regula a argumentação. Um exemplo disso poderá ser visualizado na análise da propaganda que é objeto de estudo deste trabalho. Há também, a relação de forças, o lugar do qual o sujeito fala é constitutivo do que ele diz. Estes mecanismos de funcionamento do discurso repousam nas formações imaginárias (conceito presente na AD-69), que são as imagens que resultam de projeções e permitem o sujeito passar à situação empírica para a posição discursiva: “Em toda língua há regras de projeção que permitem ao sujeito passar da situação (empírica) para a posição (discursiva). O que significa no discurso são essas posições. E elas significam em relação ao contexto sócio-histórico e à memória (o saber discursivo já – dito)” (ORLANDI, 2001, p. 40).

Para Bakhtin (2006) todo discurso, particularmente na forma escrita, tem seu fim específico e leva em conta uma terceira pessoa – a pessoa a quem estão transmitidas as enunciações citadas – e isso é de primordial importância, pois reforça a influência das forças sociais organizadas sob a forma de apreensão do discurso.

O Diálogo, no sentido estrito do termo, não constitui, é claro, senão uma das formas é verdade que das mais importantes, da interação verbal. Mas pode-se compreender a palavra “diálogo” num sentido amplo, isto é, não apenas como a comunicação em voz alta, de pessoas colocadas face a face, mas toda comunicação verbal, de qualquer tipo que seja (Bakhtin, 2006, p. 127).

Sendo assim, compreende-se que os discursos dialogam entre si e com o leitor. Charaudeau e Maingueneau (2006, p. 160-161) afirmam que o dialogismo “se refere às relações que todo enunciado mantém com os enunciados produzidos anteriormente, bem como com os enunciados futuros”. Compreende-se assim que a “orientação dialógica é característica de todo discurso, inclusive da propaganda, objeto de estudo deste trabalho. O discurso encontra o discurso de outrem e estabelece com ele interação viva e intensa”.

Outro aspecto importante a salientar é o que Possenti (1990) afirma sobre o

dizer ser regrado, ou seja, não é qualquer pessoa que pode dizer: “Eu te batizo, em nome do Pai, do Filho e do Espírito Santo” ou “Eu te nomeio ministro da educação”, por exemplo. O lugar social que o sujeito ocupa (padre, presidente da república etc.) confere ao sujeito o direito de tais enunciações, ou seja, o lugar social de onde o sujeito enuncia determina o que ele pode dizer ou não.

O GÊNERO PROPAGANDA

De acordo com Bakhtin (2003) toda atividade humana está ligada ao uso da linguagem e os gêneros discursivos são produtos da sociedade relacionados a uma função ou tipo de atividade discursiva específica de um grupo, diz também que o emprego da língua efetua-se através de enunciados orais e escritos. Os gêneros podem ser primários, considerando os diálogos orais, conversas corriqueiras, íntimas, informais. Ou secundários, os mais complexos que fazem parte de uma comunicação cultural geralmente escrita e simulam formas da comunicação verbal primária; são estes os gêneros publicitários, literários, jurídicos, científicos, artísticos, sócio-políticos, etc.

Esses enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo, não só pelo seu conteúdo (temático) e pelo estilo de linguagem [...] mas acima de tudo, por sua construção composicional. Todos esses três elementos – o conteúdo temático, o estilo, a construção composicional – estão ligados no todo do enunciado e são igualmente determinados pela especificidade de um determinado campo da comunicação. Evidentemente, cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, os quais denominamos gêneros do discurso (BAKHTIN, 2003, p. 261-262).

Na concepção teórica bakhtiniana de gênero este é pensado como um evento recorrente de comunicação em que uma determinada atividade humana (envolvendo papéis e relações sociais) é mediada pela linguagem. Entre os gêneros discursivos mais acessíveis à população está a propaganda, sendo esta o objeto de estudo deste trabalho. De acordo com Sandmann (2005) o texto publicitário é uma das formas promocionais da cultura contemporânea. Sua linguagem é reflexo e expressão da ideologia dominante, dos valores em que se acredita, ela manifesta a maneira de ver o mundo de uma sociedade em certo espaço da história. Alimenta aspirações humanas ou então, vai ao encontro de algumas aspirações humanas, sempre com o objetivo de vender uma idéia, um produto ou serviço.

A propaganda está presente na vida de milhões de brasileiros, alcançando sujeitos de todas as idades. Sampaio (2003) afirma que todos os integrantes das modernas sociedades de consumo são influenciáveis pela propaganda. Sobre este gênero discursivo, segundo o autor, tem-se que ele seduz os sentidos, mexe com os desejos, revolve as aspirações, fala ao inconsciente e propõe novas experiências, novas atitudes. O comercial, sob a ótica capitalista/consumista, ultrapassa as defesas naturais do sujeito contra as investidas exteriores que determinam o bom/mal, belo/feio, por exemplo, pois há sempre um comercial que fura o cerco e interfere na vontade/gosto do interlocutor/consumidor.

Para chegar ao público alvo e atingir seus objetivos, conta-se com alta tecnologia, experiência e talentos específicos de quem a produz, podendo-se afirmar que a elaboração de propagandas é uma atividade complexa que envolve mais que a apresentação de meros slogans chamativos. “A propaganda é a manipulação planejada da comunicação visando, pela persuasão, promover comportamentos em benefício do anunciante que a utiliza” (SAMPAIO, 2003, 26). Cabe a este gênero do discurso informar, despertar interesse de compra/uso de produtos/serviços nos consumidores em benefício de um anunciante.

Para o autor, a propaganda atua sobre as pessoas, dentro de um ambiente complexo, no qual interagem diversas forças e pressões. Ela age sobre os consumidores informando, argumentando, comparando. Tanto de forma lógica e racional, como subjetiva e emocional, para isso trabalha a partir de dados culturais, recombina-os e remodela-os. E, também, sobre alguns dos instintos mais complexos do ser humano: o medo, a vontade de vencer, a inveja, o desejo de aceitação social, a necessidade de auto-realização, a compulsão de experimentar o novo, a angústia de saber mais, a segurança da tradição. Misturando apelos lógicos e emocionais, como o medo e a inveja, o fascínio pelo novo e a necessidade de segurança, dentre outros.

A propaganda, desta forma, age sobre o sujeito, a família, os grupos sociais, a comunidade, os padrões culturais, os valores, enfim, da sociedade como um todo, num processo de sinergia, interferindo na vida de cada sujeito e da sociedade, mudando suas concepções acerca do mundo. É uma prática que age sobre os centros sensoriais, emocionais, lógicos e racionais do consumidor.

Para Hill (2006) o novo conceito de progresso justificará, à luz social, algumas crises do mundo moderno e um dos aspectos afetados pelo desenvolvimento acelerado é o desrespeito ao indivíduo e pela vida humana, num

processo de autodestruição. Novos padrões culturais são inculcados no sujeito através de uma cultura de massa que surge com a era tecnológica que funciona como estímulo para o povo consumir necessidades fabricadas.

O cidadão transforma-se em consumidor e este passa a ser “o produto de uma longa e complexa dialética histórica que desenvolve o individualismo moderno no plano burguês” (HILL, 2006, p.39). O indivíduo faz a história sem ter consciência de sua direção. Segundo a autora, o homem precisa desenvolver uma resistência ao status para poder re-elaborar as informações, afirmando ser a necessidade produzida. Criam-se processos de individualização em detrimento a processos de singularização e esse é um trabalho desenvolvido por forças sociais capitalistas, de transformação da subjetividade do indivíduo, inculcando-lhe valores padronizados para que ratifique uma concepção de mundo que favoreça o consumo e as classes capitalistas.

Esse cruzamento atinge um grande público e isso é atribuído ao poder de difusão dos veículos de comunicação. “Gastar, fruir a vida e ceder aos próprios impulsos” (HILL, 2006, p.44) são ordens desta era mecanizada. Observa-se a sedução do consumidor pelo produto, há um jogo emocional entre sujeito e objeto. São artifícios das empresas capitalistas: cria-se uma necessidade e instiga-se o sujeito a sentir a necessidade de possuir o objeto. “Põe-se em evidência a marca de publicitários e propagandistas que manipulam um tipo de discurso que não se enquadra ingenuamente na realidade objetiva. É o discurso mítico” (HILL, 2006, p.45). Ela diz que a publicidade faz dos objetos acontecimento. Nesse campo, todo objeto adquire perfeição para seduzir o interlocutor.

MULHER: UMA BUSCA DE LUZ

A propaganda em análise foi publicada na revista *Capricho*, destinada ao público adolescente, da editora Abril, edição 965, de primeiro de 1º de 2005. A cena retratada ocupa duas páginas formando um único cenário. O cenário retrata uma sala ampla e escura, com dois quadros ao fundo cuja gravura se assemelha a uma barra de chocolate, predominando no ambiente a cor castanha escuro. Não há móveis, apenas um tapete com cerdas espessas e altas que forra toda a sala, também escuro, acompanhando os tons já mencionados.

No centro, há a imagem de uma mulher sentada sobre o tapete, caracterizada como uma boneca, sua aparência é jovem, loira, magra, usa cabelos presos e veste

um maiô marrom. Os acessórios são destacados: brincos grandes, muitas pulseiras, algumas de metal; largas, outras de sementes, também grandes.

Na sala encontram-se, ainda, três robôs a seu serviço, que apresentam estrutura física e faces idênticas ao seres humanos do sexo masculino, e suas cores acompanham os tons escuros do cenário. Um deles, aparentemente mais velho, está ajoelhado e faz massagem nos ombros da moça/boneca. Outro, ao lado, encontra-se em posição semelhante a de um sapo, sobre este, a personagem feminina descansa o braço direito nas costas do robô, com a mão deste braço ela segura o controle remoto. À sua frente, um robô aparentemente mais jovem calça nos pés da moça/boneca um sapatinho verde da Melissa.

A iluminação da sala fica por conta de uma luz projetada de frente, dando a impressão de a mesma ser “projetada” pelo leitor. Uma extremidade da sala, contudo, à direita, permanece sombria. No canto direito inferior desta mesma extremidade, há o enunciado verbal: Melissa *Loverobots*.

Pode-se afirmar que a materialidade discursiva é constituída a partir de dualidades universais: as trevas e a luz, o escuro e o claro, o passado e o contemporâneo, o dominador e o servo/escravo. A estratégia discursiva remete à história, à memória discursiva, ao que já está dito: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que sustenta cada tomada da palavra, conforme afirma Orlandi (2001) ao definir o interdiscurso. O autor busca na história a trajetória histórico-cultural da mulher, usando das imagens de bonecas e trazendo para a cena uma representação simbólica de mulher, usando, para isso, como estratégia discursiva o jogo entre o exagero e o extremo, que vão de encontro com o estabelecido para chamar a atenção do público adolescente.

Deve-se salientar que a FD enunciativa é uma voz feminista que entra em confronto com a FD machista. O embate instala-se ancorado em dados históricos e culturais. O autor inverte os papéis que ainda se marcam notavelmente em atos e discursos com forte presença da dominação masculina. Apresenta a cena em que quem domina é a mulher.

Segundo Castoriadis (1982) o mundo social-histórico está indissociavelmente entrelaçado com o simbólico e uma de suas formas de materialização é na linguagem. A sociedade constitui seu simbolismo, mas não dentro de uma liberdade total, ele se crava no natural e no histórico. O simbólico é fruto do imaginário dos homens e ele utiliza-se do simbólico, não somente para exprimir-se, mas para existir. O autor diz que “falamos do imaginário quando falamos de alguma coisa inventada,

quer seja de uma invenção absoluta, ou de um deslizamento, de um deslocamento de sentido” (p.154). No caso da propaganda em análise, esta se refere ao deslocamento de sentido em relação às significações sociais imaginárias que a sociedade fez/faz da imagem da mulher ao longo da história. Observa-se que essa representação social simbólica/imaginária sofre mudanças, não é estática, e o processo se acelerou depois de 1960 com o impacto do feminismo como crítica teórica e como movimento social.

Segundo Hall (2006, p.45) o feminismo enfatizou “como questão político e social, o tema da forma como fomos formados e produzidos como sujeitos generificados”. Ou seja, politizou a subjetividade, a identidade de homens/mulheres, mães/pais, filhos/filhas. Questionou a vida social: a família, o trabalho doméstico, a sexualidade, a divisão doméstica do trabalho, o cuidado com as crianças, etc. O movimento nasce sob a contestação da posição social que as mulheres assumiam, principalmente nos postos de trabalho, mas expandiu-se e incluiu a formação das identidades e de gênero.

Dessa forma, pode-se dizer que a cor de terra predominante na cena, segundo o Dicionário de Símbolos Chevalier e Gueerbrant³ (2007, p. 568) “significa as trevas e o céu a luz”, sendo assim, as trevas, o escuro pode estar representando a trajetória histórica de submissão, “o mal, a infelicidade, o castigo, a morte” (idem p. 571) pela qual a mulher se submeteu ao longo da história. A própria cor castanha-escuro “situa-se entre o ruivo e o negro, embora esteja mais próximo ao negro, vai do ocre a tonalidade de terra escura, faz lembrar a folha morta, o outono, tristeza” (idem p.198). Essas significações remetem a significações simbólicas da imagem da mulher, instituídas no passado e que, ainda, estão presentes na sociedade contemporânea.

Nas sociedades antigas a mulher era tratada de forma diferenciada em relação aos homens, os regimes patriarcais, sociais e culturalmente instituídos, restringiam os papéis da mulher ao de mãe, dona de casa, aos serviços domésticos. A história carrega ao longo de séculos a imagem da mulher submissa ao homem, devendo a ele obediência. Esses valores culturalmente determinados caminharam, e ainda caminham, atravessando séculos de história da humanidade, através de ações concretas e de práticas discursivas cristalizadas. A mulher não tinha direito ao voto, não podia exercer trabalho fora de casa, era dependente do pai e depois do

³ As citações que decorrem das explicações do Dicionário dos Símbolos, neste texto, serão indicadas daqui para frente pelo uso da abreviação *idem*, a fim de retomar a obra dos autores.

marido, não tinha renda própria e esses fatores as colocavam em situação de desprestígio em relação aos homens: nas relações familiares e sociais.

Bourdieu (1999) afirma que há relações socialmente instituídas da dominação masculina, construídas em sociedades arcaicas e antigas que chegam na sociedade moderna com pesadas cargas históricas e inconscientes. O autor diz que os sistemas de valores culturais de uma sociedade dada caminham junto com a história e se explica através da anamnese.

A anamnese se alicerça em um inconsciente ao mesmo tempo coletivo e individual, traço incorporado de uma história coletiva e de uma história individual que impõe a todos os agentes homens e mulheres seu sistema de pressupostos imperativos, do qual se constrói se sistema de valores (BOURDIEU, 1999, p. 70).

Segundo o autor, o mundo social-histórico prepara as mulheres para aceitar como evidentes, naturais e inquestionáveis prescrições e proscições arbitrárias que estão inscritas na ordem das coisas e dos corpos. Se apresenta como coisas a serem feitas, ou que não podem serem feitas, naturais e impensáveis, são continuadas, silenciosas e invisíveis, parece estar na ordem da vida natural e social que o mundo hierárquico produz. Há uma articulação histórico-social que determina uma somatização da relação de dominação, de certa forma neutralizadas que condicionam meninos e meninas a entrar nos jogos sociais de formas diferenciadas.

Essas injunções estão no ambiente familiar, nos desenhos animados, na publicidade, no mundo do trabalho, etc. Observa-se que normalmente quem faz propagandas de alimentos e produtos para limpeza são mulheres, sejam elas de eletrodomésticos ou detergentes, alvejantes, etc. reafirmando que está socialmente instituído às mulheres esse papel. As mulheres normalmente aparecem em ambientes domésticos, cozinha, lavanderia, rodeadas de cores suaves que se remetem à fragilidade, enquanto os homens aparecem associados a ambientes exóticos, cercados de móveis pesados e escuros remetendo-os à virilidade.

A propaganda em análise rompe com esses conceitos, com o intuito de agradar um público jovem, demasiado exigente e com tendência a uma nova identidade: a de uma mulher moderna. Sendo assim, pode-se afirmar que “a luz é relacionada com a obscuridade para simbolizar os valores complementares de uma evolução” (idem p.567). Ao olhar para o passado e ver a trajetória de submissão pela qual passou a mulher, o autor da propaganda mostra que contemporaneamente quem pode estar no controle da situação pode ser justamente a mulher, isso se

justifica pelo fato da moça/boneca estar ao centro da cena com o controle remoto na mão e com os robôs numa situação de servidão.

“A significação da luz é que assim como acontece na vida humana em todos os seus níveis, uma época sombria é seguida de uma luminosa” (idem p.567). Dessa forma, pode-se dizer que a mulher evoluiu, saiu da situação de inércia pela qual passou séculos. Hoje, em algumas situações, ocupa postos de trabalho de comando, cargos de chefia, onde os próprios homens recebem ordens a serem cumpridas em rotina de trabalho. Além disso, em muitas famílias é ela quem sustenta a casa, ou opta por uma vida independente sem laços matrimoniais. Atualmente as condições de trabalho e de perspectivas para a mulher mudaram, ela estuda, trabalha fora de casa, tem renda própria. Essa situação trouxe segurança e independência.

Essas constatações remetem às afirmações de Hall (2006), o autor afirma que as identidades na modernidade tardia estão sendo descentradas, uma das explicações vêm da descoberta do inconsciente de Freud. A teoria de Freud diz que as identidades, assim como a sexualidade e a estrutura dos desejos dos sujeitos são formadas com base em processos psíquicos e simbólicos do inconsciente, que funciona com uma lógica diferente daquela da razão e que o sujeito não tem uma identidade fechada e unificada. Ela é formada ao longo do tempo através e processos inconscientes e permanece sempre incompleta, está sempre em processo, sendo formada. Sendo assim, pode-se afirmar que as identidades de homens e mulheres vêm mudando, assim como os sistemas de valores de uma dada sociedade. Isso é retratado na cena da propaganda, mesmo que seja pela inversão de papéis em relação à história, tais estratégias tem o intuito de chamar a atenção da leitora de Capricho, de que a marca Melissa é sabedora dos desejos da mulher moderna e a acompanha junto com a história.

O robô que está ao lado, em posição assemelhada a de um sapo, dialoga com o conto dos irmãos Grimm: O sapo Príncipe. A história conta que a princesa ao beijar o sapo, desencanta-o do feitiço da bruxa e transforma-o em um lindo príncipe. Estabelecendo relações de sentido com trajetória histórica da mulher, pode-se afirmar que o homem, comparado ao sapo, está aos poucos se transformando em príncipe. Tem-se vagarosamente, com muita resistência, transformado atitudes arcaicas em novas ações, novos julgamentos de valor.

Pode-se dizer que o homem moderno, considerando-se os mais “evoluídos e informados” (ou aqueles cujas circunstâncias sociais os impedem de exercer um

trabalho e os força a encarar um outra realidade: de provedores a providos), torna-se menos machista e “ajuda” nas tarefas domésticas (o verbo ajudar registra o que os homens, em sua maioria, dizem orgulhosamente ao compartilhar de um serviço doméstico: Eu ajudo minha esposa/companheira). Porém, para a maioria, há, ainda, fortes registros, marcas inconscientes e silenciosas de valores carregados ao longo da história que não lhes permitem sair da situação de sapo e evoluir à posição de um homem moderno, seguro de sua identidade masculina, isentos do preconceito em torno das tarefas domésticas, como cuidar dos filhos.

Porém, não há como negar - e isto está explícito - que a imagem dos robôs marcam fortemente a servidão masculina à mulher. Os robôs trazem para a cena o papel do homem como aquele que atende a todas as vontades femininas e está a serviço da mulher como servo, escravo, controlado, ou seja, é a mulher quem domina a situação. Há uma inversão de papéis em relação a julgamentos de valor socialmente instituídos. Enquanto parece absurda a imagem visualizada, é exatamente essa situação que a mulher já viveu/vive em algumas situações: sendo ela a servidora (papel ao qual a mulher está mais “acostumada”).

Parece tudo normal quando se dá tais atribuições à mulher, ao papel que cabe a ela desempenhar: ser mãe, dona-de-casa, submissa. No contexto social contemporâneo, muitas mulheres, por questões sócio-econômicas e culturais trabalham fora de casa, assumem todas as tarefas domésticas e cuidam dos filhos. O homem, na maioria dos casos tem casa limpa, roupa lavada e passada, comida na mesa, e, ainda, divisão das despesas, isso, de certa forma, ainda é servidão sob nova vestimenta. Porém causa estranheza quando se transfere esse papel ao homem.

O verde, cor do sapato Melissa, é a única cor que foge aos tons escuros do cenário, é uma cor “tranquilizadora, refrescante, humana, é valor médio, mediador” (idem p.938). Pode-se dizer também que “a cada primavera, depois do inverno provar ao homem de sua solidão e sua precariedade, desnudando e gelando a terra que ele habita, esta se reveste de um novo manto verde que traz de volta a esperança” (idem p.939). Diante de significações como estas, o verde pode representar o equilíbrio da cena, ou então, da história ali refletida, mais propriamente do homem e da mulher, pois mesmo que a história seja de certa forma escura, nessa relação masculino/feminino, ambos podem/devem viver em harmonia, isso é da ordem da natureza e da vida em sociedade.

A luz projetada de frente, parecendo ser o próprio leitor que a projeta, leva a leitora de Capricho para dentro da cena, como se alguém dissesse: você é a mulher contemporânea que está aí e vive a história atual, sendo assim, a estratégia discursiva/persuasiva agrada e vem ao encontro dos anseios femininos atuais, pois os dados culturais contemporâneos trabalham essa perspectiva da mulher que estuda, trabalha fora de casa, assume papéis sociais de liderança e tem, em partes, os direitos relativamente iguais aos do homem.

Segundo o site: <http://www.melissa.com.br>, o enunciado verbal Melissa: *Loverobots* pertence à coleção inverno 2005, criado pelo designer Muti Randolph, o lounge da Melissa na 18ª. Edição do SPFW. Ele escolheu o tema da tecnologia aplicada às emoções humanas para apresentar modelos meigamente futuristas que fizeram o maior sucesso entre os convidados do espaço. *Loverobots* é uma palavra inglesa e significa Melissa: amor de robô. Quando o site assume ser modelos futuristas, leva-se a crer que muito ainda precisa evoluir, não é a realidade, é uma previsão futura.

Pode-se observar que à voz da história associada à voz da tecnologia apresentam Melissa como moderna e sabedora dos anseios femininos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise do discurso propicia aos sujeitos uma leitura que supera a materialidade lingüística e encontra o sentido na história, na memória discursiva que sustenta o dizer do sujeito.

Comprova-se através da análise do corpus selecionado que há um já-dito que sustenta a possibilidade do dizer. Neste sentido, o autor busca na historicidade a estratégia discursiva, por isso, perceber o interdiscurso é fundamental para se compreender o funcionamento do discurso e a sua relação com o sujeito e com a ideologia.

Os procedimentos de análise permitem ao analista identificar na materialidade discursiva, as vozes sociais, a “origem” daqueles dizeres engendrados pelo autor: sujeito sócio-histórico e ideológico que enuncia a partir de um contexto histórico-social determinado. As condições de produção: o contexto, a memória, o interlocutor e o lugar que o sujeito ocupa na sociedade onde o discurso é propagado, determina os sentidos e os efeitos de sentido que o discurso produz. Há uma relação estreita entre o discurso, a historicidade e o sujeito, isto é, há sociabilidade entre o mundo

objetivo (nesse caso, as propagandas) e a subjetividade do sujeito (o autor, locutor das vozes sociais presentes no discurso e o interlocutor ou leitor).

Ao produzir o discurso, o sujeito se filia às redes de sentido, ficando ao sabor da ideologia e do inconsciente, do acaso, do equívoco, sem que se dê conta, determinado pela relação da língua com a história. Na análise da propaganda, à observação dessas relações, permitiu buscar a representação simbólica da mulher, esta representada como aquela que busca libertação das prisões históricas que a constituíram/constituem na sociedade moderna.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, Louis. Aparelhos Ideológicos de Estado: notas sobre aparelhos ideológicos de estado. (trad. Valter José Evangelista e Maria Laura Viveiros de Castro). 7 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

BACCEGA, Maria Aparecida. Palavra e Discurso: história e literatura. São Paulo: Ática, 1985

BAKHTIN, Mikhail. Estética da criação verbal. 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003. (Gênero discursivo)

_____ Marxismo e filosofia da linguagem. 12ª ed. São Paulo: Hucitec, 2006.

BOURDIEU, Pierre. A dominação masculina. Tradução Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

CASTORIADIS, Cornelius. A Instituição imaginária da sociedade. Tradução de Guy Reynaud. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1982.

CHARAUDEAU, Patrick e MAINGUÉNEAU, Dominique. Dicionário de Análise do Discurso. São Paulo: Contexto, 2006.

CHEVALIER, Jean, GHEERBRANT, Alain. Dicionário de símbolos (mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números). 21ª ed. Rio de Janeiro: José Olímpio, 2007.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro (Coord.). Glossário de termos do discurso: projeto de pesquisa: a aventura do texto na perspectiva da teoria do discurso: a posição do leitor-autor (1997-2001); bolsista de iniciação científica Ana Boff de Godoy... [et. al.]. Porto Alegre: UFRGS. Instituto de Letras, 2001.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. (Tradução Thomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro). 11^o. Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HILL, Telenia. Homem, cultura e sociedade. Rio de Janeiro: Lucerna, 2006.

MAINGUENEAU, Dominique. Gênese dos discursos. (Tradução Sírio Possenti). Curitiba, PR: Criar Edições LTDA, 2005.

MUSSALIN, Bentes. Análise do Discurso. In: MUSSALIM, Fernanda e BENTES, Anna Christina. Introdução à lingüística: domínio e fronteiras, v.2. São Paulo: Cortez, 2001.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. Análise de Discurso: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 2001.

_____ As formas do silêncio: no movimento dos sentidos. 5^a ed. Campinas, São Paulo: Editora da UNICAMP, 2002

_____ Discurso e Leitura. 5^a Ed. São Paulo: Ed. UNICAMP, 2000.

PÊCHEUX, Michel. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas. In: GADET, Françoise & HAK, Tony. Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. (Trad. Bethânia S. Mariani et al.). 2^a ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1993. (texto AD 3 fases).

POSSENTI, Sírio. Apresentação da Análise do Discurso. In: Glota, 12. São José do Rio Preto, UNESP, 1990.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SANDMANN, Antônio. A linguagem da propaganda. São Paulo: Contexto, 2005