



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

A REPRESENTAÇÃO DE PERSONALIDADES DO CENÁRIO POLÍTICO MUNDIAL: UMA ANÁLISE DO DISCURSO DE UM OUTDOOR PUBLICITÁRIO*¹

Mariana Fernandes dos Santos
(UNEB)

RESUMO

Analisaremos sob a ótica da Análise do Discurso de linha francesa, as condições de produção do discurso publicitário veiculado em um outdoor pelo restaurante de nome fantasia Grande Sertão-cozinha caipira, situado na cidade de Salvador-Bahia-Brasil. Se fazem presentes dois discursos contemporâneos o discurso da oposição e aliança político-partidária e ideológica entre as personalidades e, ao mesmo tempo, da diferença cultural e étnica entre essas. O estudo proposto aqui versa sobre os efeitos de sentidos produzidos entre o dito e não dito na construção da imagem do restaurante na capacidade deste de congregar com amistosidade personalidades de marcantes divergências assim como os que se aproximam ideológica e culturalmente. E isso é reforçado com o discurso do espaço caseiro, familiar, aconchegante e com requinte, ideal para as confraternizações que são comuns nos fins de ano no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do discurso, Discurso publicitário, Condições de produção, Outdoor.

¹ Artigo apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens-PPGEL da Universidade do Estado da Bahia UNEB/Salvador, como pré-requisito avaliativo da disciplina Linguagens e Mídia, ministrada pelo professor Dr. João Antônio de Santana Neto, do curso de Mestrado em Estudos de Linguagens.

*Aluna Especial do PPGEL-UNEB da disciplina Linguagens e Mídia (segundo semestre de 2010). Especialista em Ensino de Língua Portuguesa e Literatura (FACSA/IBEC). Especialista em Educação a Distância pela UNEB e licenciada em Letras-Vernáculas pela mesma Universidade. Atua como docente em cursos presenciais e a distância de nível superior. Tutora presencial do curso de licenciatura em Letras-Vernáculas-UESC. Professora de Língua Portuguesa da Educação Profissional do Estado da Bahia e do Ensino Fundamental no Município de Ipiáú/Bahia. E-mail: maryanyha21@hotmail.com.



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

INTRODUÇÃO

A linguagem publicitária tem exercido, cada vez mais, um papel importante na sociedade contemporânea. Não apenas como divulgação de produtos com objetivos comerciais – apesar de ser seu maior objetivo-, mas também como meio de difusão de conteúdos em que são veiculados conceitos de sujeitos sociais no qual se inscrevem e que retornam a ele, em um processo de reflexão e refração da língua (gem) e do discurso.

Com a evolução da sociedade e a expansão do capitalismo, a publicidade ganha um novo contorno na contemporaneidade, não mais funcionando somente como o conjunto de técnicas de informação, mas também de persuasão, visando influenciar as opiniões, os sentimentos e as atitudes do seu público-alvo. A publicidade é, sobretudo, um grande meio de comunicação que utiliza a linguagem para veicular “valores, mitos, ideais e outras elaborações simbólicas”. (CARVALHO, 2006, p. 13). E é na linguagem que o discurso -nosso objeto de estudo- se materializa e no presente trabalho, da linguagem da propaganda.

De acordo com as literaturas existentes, a linguagem enquanto discurso não constitui um universo de signos que serve apenas como instrumento de comunicação ou suporte de pensamentos, ela (a linguagem) enquanto discurso é interação, é um modo de produção social que não é inocente neutra e nem natural é o lugar privilegiado da manifestação ideológica. Segundo BRANDÃO (2004, p.11),

a linguagem como elemento de mediação necessária entre o homem e sua realidade e como forma de engajá-lo na própria realidade, é lugar de conflito, de confronto ideológico, não podendo ser estudada fora da sociedade, uma vez que os processos que a constituem são histórico-sociais.



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

Logo, como todo discurso se materializa na linguagem, seu estudo não pode estar desvinculado de suas condições de produção, que perpassam por fatores históricos e sociais. Nesse enfoque, a Análise do Discurso de linha francesa a partir da década de 1960 se configura como uma tendência/ciência linguística.

A análise de discurso de linha francesa como conhecemos no Brasil, segundo Orlandi (2006, p.13) trabalha na perspectiva de que o sujeito, a história e a língua se constituem no interior das consequências teóricas estabelecidas por três rupturas que estabelecem três novos campos de saber: a linguística (ficamos sabendo que a língua não é transparente e tem sua ordem marcada por sua materialidade), o marxismo (ficamos sabendo que a história tem sua materialidade; o homem faz a história, mas ela não é transparente) e com a psicanálise (ficamos sabendo que o sujeito que se coloca como tendo sua opacidade-ele não é transparente nem pra si mesmo).

A autora citada acima nos diz ainda que essas três áreas de conhecimento vão constituir um lugar teórico propício à elaboração da análise de discurso, mais propriamente, para formulação do que seja discurso.

Diante do exposto, faremos, à luz das teorias e método da Análise do discurso de linha francesa que considera aspectos linguísticos, filosóficos e históricos do discurso, a análise do Outdoor produzido pela RPagencia⁶³ que foi exposto na avenida Paralela na cidade de Salvador durante o período de final de ano de 2010 e também publicado no site⁶⁴ do Restaurante Grande Sertão⁶⁵ na mesma época. Para isso, tomamos como referência o conceito de Michel Pêcheux de condições de produção do discurso muito discutido por Orlandi, que significa

⁶³ Empresa de publicidade na cidade de Salvador/BA que costuma produzir *sites*, outdoor entre outras linguagens para divulgação/publicidade. A empresa tem como seus clientes aqui na Bahia o Restaurante Grande Sertão e Banda Cheiro de Amor.

⁶⁴ <http://www.grandesertao.com.br/>

⁶⁵ O restaurante está localizado na Rua Adelaide Fernandes da Costa, 122 – Stiep – Salvador/Ba, 41760-040, Brasil.

estudar o discurso considerando os sujeitos e a situação de sua produção nas circunstâncias da enunciação.

O Gênero Outdoor

De acordo com a Wikipédia e o site Central do Outdoor, **Outdoor** é a designação de um meio publicitário exterior, sobretudo em placas modulares, disposto em locais de grande visibilidade, como à beira de rodovias ou nas empresas de edifícios nas cidades.

A palavra outdoor é de origem inglesa e, em inglês, tem sentido totalmente diverso do seu significado em português. Billboard é a palavra inglesa para qualquer propaganda (painel, letreiro luminoso, letreiro em parede, muro etc.) exposta ao ar livre ou à margem das vias públicas. Pode-se dizer que antigamente, pela falta da tecnologia atual, o outdoor foi um dos primeiros modos de divulgação de produtos, ideias e serviços. Por exemplo, na Mesopotâmia os comerciantes de vinho anunciavam em axones (pedras talhadas em relevo).

Já os gregos gravavam suas mensagens em rolos de madeira. O padrão do outdoor de hoje caracteriza por um tipo de mídia exterior constituído por uma placa de madeira ou metal, cuja medida mais comum são de 9 X 3 metros, que fica colocado na horizontal em áreas de grande circulação de carros e veículos em geral.

Considerando alguns aspectos linguístico-discursivos que compõem o veículo publicitário outdoor, entendemos este como meio de materialidade linguística e instituição discursiva. Por isso, é compreendido como gênero discursivo em que nos baseamos na noção bakhtiniana de gênero do discurso concebido como meio de estruturação de enunciados, codificado sócio-historicamente por um determinado referencial de cultura.

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

Sendo assim, “a análise desses enunciados sobre a língua mostra que o discurso não serve apenas para comunicar, mas que ele é a um só tempo, um objeto simbólico e político” (GREGOLIN, 2003,p.14)

A Análise



Outdoor exposto na Avenida Paralela da cidade de Salvador/BA e no *site* do Restaurante Grande Sertão.

O outdoor exposto acima é o objeto de nossa análise. Ele fora exposto nas ruas de Salvador como, por exemplo, na Avenida Paralela, mas para melhor visualização e exploração durante nossa análise utilizamos sua versão publicada no site do Restaurante cujo gênero/suporte textual em estudo faz referência.

Para situarmos melhor o discurso materializado em análise, acreditamos ser necessário, de maneira sumária, identificarmos a representação social das personalidades no intuito de demonstrar a relação dos sujeitos do discurso com a história. Afinal, os discursos em questão são embaixadores dos sentidos no outdoor bem como são fundamentados numa leitura parafrástica que se utilizam da memória discursiva no seu processo de estruturação.

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

Realizamos então da esquerda para direita a descrição das personalidades do outdoor segundo informações da Wikipédia. **Hugo Rafael Chávez Frias**, político e militar venezuelano, é o 53º e atual presidente da Venezuela. Como líder da Revolução Bolivariana, Chávez advoga a doutrina bolivarianista, promovendo o que denomina de socialismo do século XXI.

Ele é também um crítico do neoliberalismo, da globalização, e das relações exteriores dos Estados Unidos. Como um oficial militar de carreira, Chávez fundou o Movimento Quinta República, da esquerda política, depois de capitanear um golpe de estado mal-sucedido contra o governo de Carlos Andrés Pérez. Chávez foi eleito presidente em 1998, encerrando o Pacto de Punto Fijo, que perdurara por quarenta anos, com uma campanha centrada em promessas de ajudar a maioria pobre da Venezuela. Com o respaldo de numerosos referendos e eleições, Chávez logrou a possibilidade de se reeleger, vencendo os pleitos de 2000 e 2006.

As políticas de Chávez e conduta têm evocado e propagado em diversas mídias discursos contrários e polêmicos na Venezuela e no mundo. Para o governo dos Estados Unidos o discurso é que Chávez é um ameaça à democracia e o acusam de ser autoritário. Por outro lado, há um discurso simpatizante de governos internacionais a ideologia 'chavinista' por conta das trocas e acordos de ajuda mútua, a tal ponto de Chávez ser nomeado uma das pessoas mais influentes pela revista TIME.

Barack Hussein Obama é advogado e político nos Estados Unidos, o quadragésimo quarto e atual presidente do país, desde 20 de janeiro de 2009, Sua candidatura foi formalizada pela Convenção do Partido Democrata em 28 de agosto de 2008. Até então, era senador pelo estado de Illinois.

Obama foi o primeiro negro (afro-americano no contexto estadunidense) a ser eleito presidente estadunidense. Foi também o único senador afro-americano na legislatura anterior. Como membro da minoria democrata no período entre



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

2005 e 2007, ajudou a criar leis para controlar o uso de armas de fogo e para promover maior controle público sobre o uso de recursos federais. Assim, Obama representa o discurso da democracia, das minorias étnicas no poder e apesar de hoje está um pouco em baixa na aceitação social é considerado um grande líder democrata no mundo.

José Serra foi o candidato tucano⁶⁶ do Partido da Social Democrata Brasileira (PSDB) à Presidência da República do Brasil nas eleições de 2010, tendo sido derrotado no segundo turno por Dilma Rousseff, depois de ter se tornado o único pré-candidato do partido diante da desistência oficial de Aécio Neves (PSDB-MG). Serra, além de adversário político de Dilma Rousseff, candidata do Partido dos Trabalhadores (PT) é considerado elitista frente a alguns discursos.

Dilma Vana Rousseff é uma política brasileira, filiada ao Partido dos Trabalhadores (PT), e a atual presidente eleita do Brasil. Durante o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, assumiu a chefia do Ministério de Minas e Energia e, posteriormente, do Ministério da Casa Civil. Em 2010, foi escolhida pelo PT para se candidatar à Presidência da República na eleição presidencial, sendo que o resultado de segundo turno, em 31 de outubro, fez com que Dilma se tornasse a primeira mulher a ser eleita para o posto de chefe de Estado em toda a história do Brasil

Nascida em família de classe média alta, interessou-se pelos ideais socialistas durante a juventude, logo após o Golpe Militar de 1964. Por isso, além da representação do discurso de gênero e das minorias, apesar de nascida na elite e comunista, Dilma ainda representa a militância por ter se integrado nas organizações que defendiam a luta armada contra o regime militar, nos anos 1970 e mais tarde, sua filiação e militância no PT consolidou tudo isso.

⁶⁶ Expressão utiliza como referência ao PSDB no Brasil.

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

Luiz Inácio Lula da Silva, mais conhecido como **Lula**, é político e ex-sindicalista brasileiro. Ele é o trigésimo quinto e atual presidente da República Federativa do Brasil (até o dia 31 de dezembro de 2010), cargo que exerce desde o dia 1º de janeiro de 2003.

É co-fundador e presidente de honra do Partido dos Trabalhadores (PT). Em 1990, foi um dos fundadores e organizadores, junto com Fidel Castro, do Foro de São Paulo, que congrega parte dos movimentos políticos de esquerda da América Latina e do Caribe. Lula é o brasileiro que mais vezes se candidatou à presidência da República do Brasil, sendo candidato a presidente cinco vezes. Em 2006 ultrapassou Rui Barbosa, que se candidatou quatro vezes.

Por toda a sua história de lutas e militâncias, Lula é considerado o presidente mais popular e diante de alguns discursos, foi o Presidente que mais teve êxito durante sua gestão. Sem contar a estreita relação política com a candidata Dilma Rousseff devendo esta, sua eleição como presidenta ao seu 'criador⁶⁷' Luiz Inácio (LULA).

E por fim, **Fernando Henrique Cardoso**, conhecido popularmente como **FHC**, é sociólogo e cientista político brasileiro. Professor Emérito da Universidade de São Paulo, lecionou também no exterior, notadamente na Universidade de Paris. Foi Senador da República (1983 a 1992), Ministro das Relações Exteriores (1992), Ministro da Fazenda (1993 e 1994) e Presidente do Brasil por duas vezes (1995 a 2002). É co-fundador, filiado e presidente de honra do Partido da Social da Democracia Brasileira (PSDB).

Pelo exposto podemos afirmar que o texto em análise cumpre sua função enquanto prática social de linguagem relacionando homem e sociedade por meio

⁶⁷ Discurso veiculado em alguns espaços midiáticos sobre a relação política entre Lula e Dilma de 'criador' e 'criatura' respectivamente.

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

do conteúdo lingüístico e discursivo presentes que constituem o discurso a ser analisado.

Confraternização é no Grande Sertão: pela época da publicação do outdoor (meses de novembro e dezembro) há uma referência às festas de final de ano em que as pessoas, instituições costumam se reunir para confraternizar. Nesses momentos são rediscutidos laços afetivos bem como, velhas ‘intrigas’ são revistas e conciliadas e novos laços podem ser construídos. Ou mesmo, as pessoas se encontram e se reúnem de maneira diplomática apenas para ratificar uma ação cultural de todo final de ano já que perpassa pelo período do ‘Natal’ e virada de ‘Ano’.

As personalidades políticas que fazem parte do texto representam um interessante jogo discursivo do autor do discurso em colocar lado a lado as imagens caricaturais de indivíduos opositores/adversários políticos como é caso de Chávez e Obama, Serra e Dilma e ainda, Lula e FHC provocando o efeito de sentido nos leitores de que somente no Restaurante **Grande Sertão** é possível ‘unir’ e ‘confraternizar’ conjunturas díspares em amistosa harmonia.

E retomando o conteúdo lingüístico do outdoor nos é possível ainda perceber que o termo **Grande Sertão-Cozinha Caipira**, sem querermos desvendar as intenções do autor, pois essa não é a função da análise de discurso, faz uma referência há algo de origem sertaneja, acolhedor e congregador. O que seria uma possível alusão ao tão popular Presidente Lula por sua origem interiorana e nordestina e pela representação de seu sistema de governo em trazer para elite o povo, numa tentativa de igualdade e paridade social.

Outras imagens ratificam esse discurso de aceitação das diferenças como é o caso do peão segurando o ‘Berrante’ um instrumento feito de chifre de boi e detalhes em couro muito utilizado pelos peões de boiadeiro. Ele emite sons agudos e graves, e cada toque é uma senha avisando a hora do almoço. Hoje, embora nem



ISSN: 2175-5493

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

tanto utilizado para esta finalidade, o berrante ainda encanta os turistas e visitantes de uma festa. Conseguir tirar um belo som do berrante exige muita habilidade do berranteiro, onde se aplicada a ideia de uma clássica manifestação cultural do sertanejo que poderá ser apreciada na 'cidade grande'.

Consoante a isso há a possibilidade de reservas por parte dos clientes por meio de telefonema, o que configura o requinte da exclusividade do espaço.

CONCLUSÕES

A análise de discurso nos possibilita novas maneiras de ler e interpretar. E essa interpretação atrelada à questão da ideologia pode acontecer considerando o olhar do analista bem como a do sujeito do discurso. Para Análise de Discurso (AD), interpretar não é atribuir sentido, mas desvendar a opacidade do texto explicitando como o objeto simbólico produz sentido.

Na AD, a linguagem não é transparente é possível por meio de dispositivos teóricos e analíticos percebermos como os sentidos estão sendo produzidos e as posições-sujeito na constituição do simbólico com o político.

Na análise do outdoor foi possível constatar que há um jogo discursivo entre o não-dito atrelado às relações interdiscursivas constituído da memória discursiva do autor do discurso. O que permite ao leitor, dentro do limite do texto, os caminhos para interpretação e constituição de sentidos. No caso do dito, é permitido ao leitor o uso da paráfrase, uma espécie de repetição na compreensão da prática de linguagem na materialização discursiva.

O outdoor em questão se constrói enquanto prática social de linguagem contemporânea por estabelecer uma relação entre linguagem, história e sociedade. Sua concepção se dá enquanto conteúdo linguístico e discursivo no momento pós-período eleitoral e ainda, a vigência das festas de final de ano em que são

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

recorrentes momentos de confraternizações em diversos espaços públicos de lazer.

Sem contar a relação de oposição entre personalidades políticas evidenciada nas diversas mídias. Nisso enfatizamos a relação entre a Presidenta eleita Dilma Rousseff contra José Serra no período das eleições 2010, como foi também entre o atual Presidente Lula e Fernando Henrique Cardoso e ainda, na conturbada relação entre Hugo Chávez e Barack Obama.

Observamos também o 'lugar' de proximidade no discurso entre Dilma e Lula fato que representa a estreita relação entre ambos.

A análise proposta, embasada no dispositivo teórico e analítico da Análise de Discurso de linha francesa, comunga com as teorias Pechetianas. E isso só foi possível devido a metodologia que utilizamos na busca de refletir sobre o funcionamento da língua, o sujeito e a situação, tratando a discursividade como resultado dos efeitos da inscrição da língua na história. Assim, temos então a relação entre língua e ideologia mediada pelo discurso.

Nesse sentido, ao analisar o outdoor, um gênero ou suporte textual como divergem alguns teóricos, (aqui entendido como gênero do discurso) originado em outrora, mas que se consolida com a complexidade da mídia que é na contemporaneidade, nos fez constatar a maneira como um discurso se constrói.

Este, pautado nas condições de produção que é determinada pelo contexto sócio-histórico (divergências e convergências políticas, eleições...) e circunstância da enunciação (festas de final de ano) tem seu sentido constituído nos sujeitos e na situação de linguagem conjuntamente.

E foi por meio desses referenciais entre outros já citados no texto que conseguimos interpretar prováveis, possíveis e realizáveis sentidos para o discurso em estudo. Falamos assim, pois entendemos que o discurso não é fechado num círculo. Ao contrário, tomando como base as palavras de ORLANDI (2006,p.28) o

IX COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

5 a 7 de outubro de 2011

discurso é caracterizado pela incompletude e pelo movimento dos sentidos e dos sujeitos. Não há uma origem dos sentidos e dos sujeitos e eles estão em constante movimento na história. É este movimento o objeto de observação do analista, ao mesmo tempo em que ele deverá explicitar a determinação histórica dos sentidos e dos sujeitos, num vai-e-vem constante entre a descrição e a interpretação.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In: **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2.ed. rev. São Paulo: Editora da Unicamp, 2004.
- CARVALHO, Nelly, **Publicidade: a linguagem da sedução**. 3.ed. 7. imp. São Paulo: Ática, 2006.
- CENTRAL DO OUTDOOR. <<http://www.outdoor.org.br/>> - Acesso em 15/11/10 a 20/12/10.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. A mídia e a espetacularização da cultura. In: **Discurso e Mídia- a cultura do espetáculo**. São Paulo: Pontes Editores, 2006. Paulo: Ática, 2006.
- ORLANDI, Eni P. Análise de Discurso. In: **Discurso e Textualidade-introdução às ciências da linguagem**. São Paulo: Pontes Editores, 2006. Paulo: Ática, 2006.
- RESTAURANTE GRANDE SERTÃO.<<http://www.grandesertao.com.br>> - Acesso em 17/11/10 a 20/12/10.
- RPAGENCIA. <<http://rpagencia.com.br/a-agencia>> - Acesso em 20/11/10 a 20/12/10.
- WIKIPÉDIA. <<http://pt.wikipedia.org/wiki>> - Acesso em 17/11/2010 10/12/10.