

# SUBJETIVIDADE E POLÍTICA DE LÍNGUA NO DISCURSO PUBLICITÁRIO PARA O ENSINO DE PORTUGUÊS NO BRASIL

PEREIRA, Rosane da Conceição

Universidade Estadual de Campinas (Pós-Doutorado Jr.)

[amenin@ig.com.br](mailto:amenin@ig.com.br)

## RESUMO

Este é um estudo da produção dos discursos publicitário, pedagógico e jurídico na subjetividade contemporânea, a partir do corpo textual do sujeito-leitor de propagandas, em instrumentos lingüísticos de suposta comunicação na cultura em geral: livros de português e gramáticas brasileiros, editados por volta de 1990 a 2000. A análise compreende a textualização do gesto político na lei, sobre o uso das propagandas para o ensino da língua portuguesa, que inclui, exclui, ordena e organiza o discurso publicitário, como um operador discursivo técnico da experiência ocidental no MERCOSUL.

**Palavras-chave:** Discursos publicitário, pedagógico e jurídico. Subjetividade e Ensino da língua portuguesa no Brasil. MERCOSUL.

## A Proposta

Este trabalho é parte do Projeto de Pós-Doutorado “Subjetividade contemporânea: a política de língua no discurso publicitário para o ensino de português no Brasil” desenvolvido no Instituto de Estudos da Linguagem, da Universidade Estadual de Campinas, junto à professora responsável Mônica Graciela Zoppi Fontana, desde agosto de 2007. Tem como *tema* a produção dos discursos publicitário, pedagógico e jurídico na subjetividade contemporânea, a partir do corpo textual do sujeito-leitor de propagandas em instrumentos lingüísticos de suposta comunicação na cultura em geral.

No que se refere à análise da produção dos discursos publicitário, pedagógico e jurídico na subjetividade contemporânea, pretende-se mostrar como a língua portuguesa passa de objeto de ensino e de formação do aluno-cidadão a objeto de consumo no país, como a língua espanhola e a inglesa, de grande circulação em países da América Latina (do MERCOSUL). Este objetivo será realizado a partir da análise de anúncios e de tarefas discentes (corpo textual do sujeito-leitor de propagandas, o aluno-cidadão-consumidor), em livros de português e em gramáticas dos ensinos médio e fundamental brasileiros, editados por volta de 1990 a 2000 (instrumentos lingüísticos de suposta comunicação na cultura em geral). Contará também com a análise de leis sobre a proteção da língua portuguesa e sobre o uso da propaganda em livros didáticos, quanto à textualização do gesto político na lei, que inclui, exclui, ordena e organiza o discurso publicitário, operador discursivo de nossa experiência no sistema capitalista de consumo (mercado global).

### **Os conceitos**

Subjetividade (FERREIRA, 2001, p. 21) é entendida aqui como o deslocamento do “eu” para toda linguagem mesmo que não enunciado conscientemente, uma vez que o sujeito discursivo não é fonte do sentido nem senhor da língua, mas sim descentrado, integrado ao funcionamento do discurso, determinando e sendo determinado pela língua e pela história. O discurso pedagógico (ORLANDI, 2001c, p. 28) é, por sua vez, o dizer institucionalizado e circular, do sentido parafrástico ao polissêmico e vice-versa, assim como pode ser entendido o discurso publicitário (ORLANDI, 2001a, p. 210). O discurso jurídico, também considerado a ressonância de uma instituição e de suas normas como o pedagógico (ORLANDI, 1999, p. 85), diz respeito à questão do real da história e da língua na construção dos saberes, pois acolhe a contradição no discurso político de base para o capitalismo (o marxismo), e margeia outros discursos (publicitário, pedagógico, jornalístico, artístico etc.).

O jurídico pode/deve determinar o que é considerado sério, jogo, piada etc., como argumentos sobre a *práxis* discursiva nas materialidades languageira e histórica. Mas, trata-se sempre da passagem do *non-sens* (irrealizado) para o equívoco (construído, ambíguo), o sentido

possível segundo Orlandi e que Pêcheux (GADET; PÊCHEUX, 2004, p. 8) denomina discursividade, o “efeito da língua sujeita à falha que se inscreve na história”. Não se tratam de erros, contradições a descartar, mas a pensar.

O *objetivo* principal é estudar a textualização do político (ZOPPI-FONTANA, 2005, p. 56) com o “Projeto de Lei brasileiro para Proteger a língua” (Projeto de Lei nº 1.676, de 1999) do Deputado Aldo Rebelo (discurso jurídico sobre o uso da propaganda no ensino da língua portuguesa no Brasil) que inclui/exclui e ordena/organiza o discurso publicitário (operador discursivo técnico da experiência ocidental) em alguns livros de português e gramáticas brasileiros.

Para além da abordagem dos tradicionais textos dos autores de boa nota, o *problema* da análise do *corpus* do trabalho incidirá na relação entre o aspecto simbólico do material quanto às relações de poder na legislação (sobre o uso da publicidade para o ensino de português) e em algumas propagandas, dos livros de português e das gramáticas recortados, a saber, respectivamente, FARACO; MOURA e NICOLA; ULISSES, editados aproximadamente entre 1990 e 2000. Tal relação é pensada como materializada tanto no corpo desses textos quanto nas formulações do sujeito-leitor (ORLANDI, 2003), ou seja, do sujeito dividido (que não é a fonte do sentido nem domina o dizer); e no próprio corpo (TUCHERMAN, 1995, p. 9-10) deste último.

A *hipótese* principal é que os exemplos regulamentados de propagandas (cada vez mais frequentes, quanto mais o tempo passa) afetam a ordenação/organização dos textos literários tradicionais (corpo do texto), de maneira a privilegiar bastante a brevidade do texto e o impacto visual (elemento presente na publicidade e ausente no texto literário desacompanhado de ilustrações).

A *justificativa* para a proposta em vista é a explanação de questões pertinentes para o projeto a ser desenvolvido a partir do Doutorado em Letras obtido na Universidade Federal Fluminense, e com base no “Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação” e na graduação em “Publicidade e Propaganda”, ambos concluídos na mesma instituição de ensino. Trata-se de uma análise do material para o Projeto de Pós-Doutorado constituído por: arquivos com o Projeto de Lei do

Deputado Aldo Rebelo (e outros a ele relacionados) sobre o uso da publicidade em livros e gramáticas, os instrumentos lingüísticos (GUIMARÃES; ORLANDI, 1998) para o ensino de português no Brasil; além de livros (FARACO; MOURA) e gramáticas (NICOLA; ULISSES) direcionados ao ensino médio (antigo 2º grau), com exemplos de propagandas para o ensino da língua portuguesa.

### **Conclusão preliminar**

O texto da lei em questão e os instrumentos lingüísticos recortados (GUIMARÃES; ORLANDI, 1998), ou seja, o Projeto de Lei, os livros de português e as gramáticas podem/devem possibilitar, assim, a produção de novos funcionamentos do sujeito-leitor (ORLANDI, 2003) contemporâneo, um corpo textual (ORLANDI, 2001a) dividido e afetado pelas idéias de virtualização e de rede de sentidos circulando na mídia eletrônica que afeta a publicidade impressa. Os sujeitos contemporâneos buscam ler cada vez mais brevemente os textos e o mundo, bem como lêem imagens, pois os corpos dos textos materializam modos de produção de corpos de outra natureza cuja visão é o ponto cego do princípio do saber; visão textualizada que pode se filiar à virtual e ramificada ou resistir-lhe na análise dos signos verbais e não verbais em propagandas.

Resta investigar os modos de produção possíveis da subjetividade contemporânea, no que diz respeito às filiações de sentidos e às resistências dos sujeitos-leitores (ORLANDI, 2003) de propagandas regulamentadas em livros de português e em gramáticas no Brasil.

### **REFERÊNCIAS**

A LEGISLAÇÃO DA PROPAGANDA. A Instrução nº 1. A Lei nº 4680/65. O regulamento (Decreto nº 57.690/66). As Normas-Padrão – O Código de Ética. São Paulo: Associação Brasileira de Agências de Propaganda, 1968.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. Subjetividade, argumentação, polifonia. A propaganda da Petrobrás. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1998.

CÓDIGO BRASILEIRO DE AUTO-REGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA. São Paulo: III Congresso Brasileiro de Propaganda, 1978.

- CÓDIGO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR. Lei nº 8.078 de 11/09/1990. PROCON/RJ. Rio de Janeiro: Diário Oficial da União, 1990.
- 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) / Orientadora: Maria Cristina Leandro Ferreira ; Bolsista de Iniciação Científica Ana Boff de Godoy. Porto Alegre: UFRGS. Instituto de Letras, 2001.
- FOUCAULT, Michel. L'arquéologie du savoir. Paris: Gallimard, 1969.
- \_\_\_\_\_. L'ordre du discours. Paris: Gallimard, 1970.
- GADET, Françoise; PÊCHEUX, Michel. A língua inatingível: o discurso na história da lingüística. Campinas: Pontes, 2004.
- GUIMARÃES, Eduardo; ORLANDI, Eni Pulcinelli (diretores e editores). Línguas e instrumentos lingüísticos. Campinas: Pontes, 1998.
- MARIANI, Bethania Sampaio Corrêa (org.). A escrita e os escritos: reflexões em Análise do Discurso e em psicanálise. São Carlos: Claraluz, 2006.
- ORLANDI, Eni Pulcinelli (org.). A leitura e os leitores. Campinas: Pontes, 2003.
- \_\_\_\_\_. "Retomando a Palavra: Um Corpo Textual?" *In*: Discurso e Texto: formação e circulação dos sentidos. Campinas: Pontes, 2001a.
- \_\_\_\_\_. Análise de discurso: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 1999.
- \_\_\_\_\_. "Para quem é o discurso pedagógico?" *In*: A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso. Campinas: Pontes, 2001c.
- SANT'ANNA, Armando. Teoria, técnica e prática da propaganda. São Paulo: Pioneira, 1973.
- SOUZA, Tânia Conceição Clemente de. "A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação" *In*: RUA. Revista do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade da UNICAMP VII. NUDECRI. Campinas: UNICAMP, março de 2001.
- TUCHERMAN, Ieda. O homem de papel: corpo e limite. Rio de Janeiro: Cadernos de Psicanálise, v. 12, nº 15, p. 8-17, 1995.

ZOPPI-FONTANA, Mónica G. “Objetos paradoxais e ideologia.” *In*: FONSECA-SILVA, Maria da Conceição; SANTOS, Elmo José dos. Estudos da Língua(gem). Michel Pêcheux e a Análise do Discurso / Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Nº 1 (Jun., 2005). - Vitória da Conquista: Edições UESB, 2005.