

"O risco do efeito contrário¹": a contradição como processo discursivo

"El riesgo del efecto contrario": la contradicción como procedimiento discursivo

"The risk of opposite effect": the contradiction as a discursive process

Marilda Aparecida Lachovski²

RESUMO: Embasados na perspectiva da Análise de Discurso (AD), postulada por Michel Pêcheux, na França, e Eni Puccinelli Orlandi, no Brasil, entendemos a contradição como um elemento fundamental na produção de sentidos e discursos, sendo ela constitutiva do dizer, sinalizando para a incompletude e não transparência da língua. Neste sentido, analisamos, neste trabalho, como a produção de sentidos é atravessada pelas relações língua/sujeito/história, desorganizando os discursos e os efeitos de sentidos, atestando para a evidência de que ao dizer o sujeito é autônomo. Nosso *corpus* é composto de comentários na rede social *Facebook* sobre a campanha da cerveja *Puro Malte Rosa Vermelha Mulher* e, por ele buscamos refletir como se produz o efeito contrário, ou a contradição, discursivamente, nas relações de sentidos

¹ Este enunciado é título de uma coluna de Zuenir Ventura, no jornal *O Globo*, de 17/02/2016. Em sua *Opinião*, o colunista trata da proibição da venda do livro "Mein Kampf", ou "Minha luta" de Adolf Hitler, interdição feita pela 33ª Vara Criminal sob pedido judicial, e que, no seu ponto de vista, poderá ser lido ainda mais devido à proibição. Em sua abordagem, Zuenir Ventura aponta para a propaganda da cerveja *Proibida* e seu slogan: "Como toda proibida, é gostosa demais", como um dos exemplos, segundo ele, de como funciona o "efeito paradoxal", ou seja, como se pode produzir uma "consequência oposta ao que se pretendia", pela proibição e interdição de certas ações. É neste sentido que deslocamos a sua formulação e tratamos aqui da contradição como processo constitutivo do discurso.

² Doutoranda em Letras (Sujeito, Língua e História) pela Universidade Federal de Santa Maria / UFSM. Mestre em Letras e suas Interfaces – UNICENTRO/PR. Bolsista CAPES. Integrante do Laboratório de Estudos da Linguagem – CORPUS.

e sujeitos, movimento que permite o deslize, a falha e o sentido outro, em discurso. Retomamos as noções de sujeito e suas tomadas de posição, a ideologia e a contradição como elementares para o processo de constituição e formulação do dizer, espaço movente de deslocamento e (des)organização de sentidos e sujeitos.

PALAVRAS-CHAVE: Sentido. Sujeito. Ideologia. Contradição. Discurso.

RESUMEN: En la perspectiva del Análisis de Discurso (AD), postulada por Michel Pêcheux, en Francia, y Eni Puccinelli Orlandi, en Brasil, entendemos la contradicción como un elemento fundamental en la producción de sentidos y discursos, siendo ella constitutiva del decir, señalando para la incompletud y no transparencia de la lengua. En este sentido, analizamos, en este trabajo, cómo la producción de sentidos es atravesada por las relaciones lengua / sujeto / historia, desorganizando los discursos y los efectos de sentidos, atestando para la evidencia de que al decir el sujeto es autónomo. Nuestro corpus se compone de comentarios en la red social Facebook sobre la campaña de la cerveza Puro Malte Rosa Roja Mujer y, por él buscamos reflejar cómo se produce el efecto contrario, o la contradicción, discursivamente, en las relaciones de sentidos y sujetos, movimiento que permite el " deslice, la falta y el sentido otro, en discurso. Retomamos las nociones de sujeto y sus tomas de posición, la ideología y la contradicción como elementales para el proceso de constitución y formulación del decir, espacio móvil de desplazamiento y (des) organización de sentidos y sujetos.

PALABRAS CLAVE: Sentido. Sujeito. Ideologia. Contradicción. Discurso.

ABSTRACT: Based on the perspective of Discourse Analysis (AD), postulated by Michel Pêcheux, in France, and Eni Puccinelli Orlandi, in Brazil, we understand the contradiction as a fundamental element in the production of meaning and discourses, being it constitutive of the say, signaling to the incompleteness and non-transparency of language. In this direction, we analyze, in this work, how the production of meanings is crossed by the relations language/subject/history, disrupting the discourses and the effects of meanings, attesting to the evidence that subject is autonomous to the say. Our *corpus* is composed of comments on social network Facebook about the campaign *Puro Malte Rosa Vermelha Mulher* and, by it we seek to reflect how it produces the opposite effect, or the contradiction discursively, in relations of meanings and subjects, which allows the slide, the failure and the other meaning, in discourse. We have resumed the notions of subject and their positions, the ideology and the contradiction as elementary for the say's process of constitution and formulation, moving space of displacement and (dis)organization of meanings and subjects.

KEYWORDS: Meaning. Subject. Ideology. Contradiction. Discourse.

Introdução

As chamadas publicitárias, como espaços de movimento de sentidos e

de discursos, funcionam sempre entre o dito e o não-dito, sendo continuamente atravessadas pelos lapsos, pelos deslizos e falhas, pelos furos do dizer, que atesta para a divisão dos sentidos e do sujeito, tal como postula Pêcheux (2014), no anexo III, da obra *Semântica e Discurso*. Nos últimos meses, a cerveja *Proibida* lançou, em homenagem ao dia da mulher, um novo produto: a cerveja *Puro Malte Rosa Vermelha Mulher*, uma cerveja “seis estrelas”, “mais leve” e “gostosa”, que atenderia ao gosto do público feminino. Como garoto propaganda, Antonio Fagundes, ator conhecido na/pela Rede Globo de Televisão, traz a novidade. A cena, como já é de praxe em comerciais desse gênero, acontece em um bar; o ator, sentado à mesa, mostra as demais cervejas da *Proibida*. Entre os produtos da marca a que o texto publicitário se dirige, uma delas, diz ele, “é a cerveja do macho”, denominada forte, destinada ao público masculino.

Depois, com uma pausa e um sorriso do ator, é apresentada a outra cerveja, “seis estrelas”: a *Rosa Vermelha Mulher*³. Ao contrário da cerveja forte, mais intensa, ela é mais suave, delicada e direcionada à mulher. Como sustentação da fala do ator, o cenário para a *Rosa Vermelha Mulher* é diferente da *Forte*, com pétalas de rosa vermelha, com uma garrafa também rosa, com detalhes perolados.

Logo depois que a campanha foi ao ar⁴, uma série de comentários nas redes sociais ganhou espaço. Mulheres e homens, consumidores ou não, assumiram posições sobre a referida peça publicitária. Tendo em vista que, na atualidade, uma das formas de comunicação mais rápida e móvel são as redes sociais, optamos por trabalhar, aqui, com alguns desses discursos produzidos na rede social *Facebook* pelo público em geral, consumidores ou não da

³ Como não é nosso objeto de análise a propaganda em si, mas os discursos e efeitos de sentido produzido sobre ela; sugere-se o link, Revista Encontro. Youtube, 10 de março de 2017 (<https://www.youtube.com/watch?v=RceoXLm-z0M>).

⁴ Neste trabalho, entendemos que o lançamento da *Puro Malte Rosa Vermelha Mulher* foi pensado pela marca *Proibida* como uma espécie de homenagem às mulheres pelo Dia Internacional da Mulher, no dia 08 de março, no entanto, sua veiculação deu-se antes do período comemorativo, como consta nos comentários na rede social *Facebook*, aqui analisados.

cerveja, na medida em que o discurso, entendido como efeito de sentidos entre interlocutores (PÊCHEUX, 2014) é móvel e nunca transparente, mas sempre aberto, fazendo movimentar esses mesmos sentidos, bem como toda rede complexa do dizer, como veremos adiante.

Na perspectiva da Análise de Discurso, na qual nos situamos, consideramos os pressupostos de uma teoria materialista do discurso, na relação com a linguística, a psicanálise e o materialismo histórico, ou melhor, constituindo-se a mesma numa área de entremeio, ou ainda ciência da interpretação. Da linguística, a Análise de Discurso (AD) retoma e articula as teorias da enunciação e dos mecanismos sintáticos; do materialismo histórico, advêm as formações sociais e a ideologia, e da psicanálise a teoria da subjetividade, sendo que as três disciplinas constituem e atravessam a AD. Esse movimento, pensando uma teoria materialista de discurso, teve origem na França, com Michel Pêcheux e foi relida, ressignificada por Eni Puccinelli Orlandi no Brasil, a partir dos estudos desenvolvidos pelo autor.

Entendemos por esse viés que, no processo de produção do discurso, a falha constitui-se como espaço de significação, como lugar de produção do dizer, dependendo de um todo complexo com dominante (PÊCHEUX, 2014), das relações ideológicas e discursivas às quais o sujeito se filia ou não, fazendo movimentar os sentidos. A noção de funcionamento, portanto, sinaliza para a falha, sendo que pela inscrição e atravessamento da/pela história, os sentidos sempre podem ser outros, atestando para a não transparência da língua, bem como para as diferentes posições que o sujeito assume. Assim, segundo Orlandi (2006, p. 22), “[...] não há um sentido (conteúdo), só há funcionamento da linguagem”, e por esse gesto, “o sujeito é a interpretação. Fazendo significar, ele significa.”

É partir dessas considerações que analisamos os modos como os discursos produzidos sobre a campanha da cerveja *Proibida*, mais especificamente, o modelo *Puro Malte Rosa Vermelha Mulher*, significaram na rede social *Facebook*, quais os efeitos de sentido que foram produzidos e como

se instaura a falha, a contradição, pela interpelação ideológica. Compondo nosso gesto analítico/interpretativo, nos encaminhamos para as noções de sujeito em suas posições no discurso, da ideologia e da contradição, para que, assim, provisoriamente, possamos, como orienta Orlandi (2006, p. 27), “determinar que gestos de interpretação trabalham a discursividade que é objeto de sua compreensão”. Estabelecidas as relações entre as noções postas acima, em nosso trajeto se atravessa a memória e seu funcionamento sujeito a falhas, deriva e deslizes, fazendo movimentar os sentidos e o discurso, assim como o sujeito que, dividido, ocupa posições no dizer e por essa mesma projeção e ilusão, filia-se a diferentes formações discursivas⁵ e ideológicas. Como objeto discursivo, tomamos os comentários produzidos e moventes na rede social *Facebook*, entendendo-os como lugares de constante produção de sentidos e movimentos do dizer. E, por esse trabalho da ideologia e da historicidade, trazemos a noção de contradição como um atravessamento da história que desestabiliza o dizer e faz com que os sentidos se confrontem e se desloquem, permitindo a falha, o equívoco.

Mobilizando a teoria

Na tentativa de compreendermos os modos como o discurso funciona e como em seu funcionamento abre-se para as falhas e lapsos, trabalhamos na noção de um sujeito que se divide, e é duplamente afetado por esquecimentos: esquece que não é dono do dizer, esquece que não tem controle dos sentidos. (GADET; HAK, 1997, PÊCHEUX, 2014).

É essa relação que permite dizer que, na perspectiva discursiva, sentido

⁵ A definição de formação discursiva (FD) é postulada por Pêcheux (2014, p. 147, grifo do autor), como “aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado de luta de classes, determina *o que pode e deve ser dito* [...]”. As formações ideológicas, nesse sentido, estão ligadas às tomadas de posições do sujeito, e a medida que as posições se alteram, mudam também os sentidos, sustentados e filiados sendo que “[...] o sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição etc, não existe ‘em si mesmo’ [...], mas ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas (isto é, reproduzidas).” (PÊCHEUX, 2014, p. 1460).

e sujeito são indissociáveis (MALDIDIER, 2003, p. 49-50), ou seja, são condições para que o discurso exista, materialmente. Segundo Orlandi (2012a), nem sentido nem sujeito são completos, mas sempre abertos ao movimento, aos lapsos, às cesuras. Não são da ordem do já feito, tampouco do definitivo. É nesse movimento, como espaço de entremeio, que sujeito e sentido se deslocam, pela abertura e entrada no simbólico, na história, já que "a falta é também lugar do possível." (ORLANDI, 2012a, p. 52).

Segundo Venturini (2009, p. 122), a relação entre o real e o simbólico, entre o possível e o impossível de dizer, "é a única possibilidade de o sujeito desnudar-se e constituir-se como tal", além de que é também o lugar de "constatação de que a falta e a falha são constitutivas dele, pela impossibilidade de captar o real pela linguagem e de nada ser sem ela", sendo, portanto, um espaço de contradição. Pêcheux, em sua *Análise Automática do Discurso (AAD)*, que a caracteriza como:

[...] suscetível de intervir como uma força em confronto com outras forças na conjuntura ideológica característica de uma formação social em dado momento; desse modo, cada formação ideológica constitui um conjunto complexo de atitudes e representações que não são nem 'individuais' nem 'universais' mas se relacionam mais ou menos diretamente a *posições de classes* em conflito umas com as outras [...] (GADET; HAK, 1997, p. 166, grifo do autor).

No título, reiteramos o termo contradição em seu sentido mais próximo do senso comum, como efeito reverso, ou contrário; no entanto, na perspectiva teórica da AD, à qual nos filiamos, a contradição funciona como o retorno do mesmo, produzindo efeitos diferentes, ou ainda, uma ruptura sob efeito de descontinuidade.

"É gostosa demais...": o duplo da língua

As propagandas e demais peças publicitárias trabalham, inevitavelmente, no jogo dos sentidos, na procura pelo duplo, pelo implícito, aqui entendido como não-dito. Como trabalho simbólico, portanto, constituído

na/pela ideologia, a publicidade funciona como espaço oportuno para as análises discursivas uma vez que nelas, a linguagem e a língua não são apenas marcas de informações, mas sinalizam para um complexo modo de significação, no qual sujeito e sentido confrontam-se. Pensar a imagem⁶ como uma possibilidade analítica, portanto, nos coloca diante de algumas inquietações, tendo em vista que, como discurso, a imagem está diretamente ligada às formações ideológicas. O caráter ilusoriamente transparente da imagem nos prega muitas peças em AD, pois, mesmo parecendo imóvel e pronta, joga nos contornos daquilo que supostamente diz, pelos recursos visuais expostos no texto; e aquilo que não diz, mas que está inscrito na ordem do interdiscurso, da memória discursiva e que, pelas retomadas, faz movimentar os sentidos, pela reinscrição do já-dito, apagado, mas nunca esquecido.

A relação memória e imagem é ponto central no *Papel da memória*, de Michel Pêcheux (1999), sendo que aponta para a difícil construção de uma “vizinhança” entre tudo o que toca às ciências da linguagem, ou da interpretação, logo, a imagem está inscrita sob uma dupla força limite, entre o visível e o nomeado, atuando como inscrição material em uma memória discursiva, funcionando como um “operador de memória social”, que, sob os efeitos de repetição e de reconhecimento, “faz da imagem como que a recitação de um mito”. Partindo dessas considerações, a imagem como material aberto ao discursivo, funciona como texto, não empírico, mas simbólico, no qual estão os implícitos, os não ditos, os silêncios, num efeito de opacidade.

Partindo do princípio de que a imagem é também discurso, texto dado a ler, logo, sinaliza para gestos de interpretação, ela serve para significar e para não significar. Neste sentido, como se dá a produção de efeitos de sentidos outros sobre uma mesma imagem, um mesmo acontecimento? Que condições

⁶ Como dito anteriormente, não são as imagens da peça publicitária que compõem nosso objeto discursivo, mas os comentários sobre a cerveja na rede social *Facebook*. Trazemos a discussão sobre a imagem como corpus para melhor delimitar nosso trajeto analítico; não as desprezamos, mas as consideramos parte desse processo de produção de sentidos.

de produção lhe cerceiam? Como o sujeito diz, nas suas posições imbricadas nas formações ideológicas e discursivas, produzindo e movimentando os sentidos? São essas, entre outras questões, que nos instigam a prosseguir.

Como já dito anteriormente, elegemos como corpus os comentários feitos por consumidores (ou não) da cerveja *Proibida Puro Malte Rosa Vermelha Mulher*, nas redes sociais, mais especificamente no *Facebook*, espaço que se constitui, nos últimos anos, como lugar de tomada de posições sobre os mais variados assuntos, espaço móvel e fluido no qual as informações ganham status de verdade e veracidade. Espaço de conexão com o mundo e com o outro, em velocidade e autonomia aparente, o Facebook pode ser entendido como parte do que Mittmann (2011) denominou articulação em rede, ou ainda como defende Dias (2012), como um lugar de profunda relação homem-mundo. Como a velocidade e diversidade de informações são enormes, é preciso estar sempre *online*, para que a tudo possa o sujeito se conectar, dizer, posicionar-se, ocupar um espaço de dizer que o significa, que o constitui, e que ilusoriamente lhe garante autonomia. Assim:

[...] o ciberespaço apenas recorta o tempo na medida de sua espacialidade, e ressignifica o sentido das relações, do estar-junto, do estar-no-mundo, através da linguagem. A medida do tempo está, pois, associada ao modo como o espaço é estruturado discursivamente (DIAS, 2012, p. 24).

Essa relação do sujeito com o tempo e com o espaço virtual, em contraponto ao da realidade ou espaço e tempo real, é, sobretudo, constitutivo de sua relação com o mundo e com os sentidos. Como todo trabalho de interpretação se estabelece sob um ponto de vista, selecionamos seis (06) comentários⁷ veiculados no *Facebook* depois do lançamento da *Puro Malte Rosa*

⁷ Ao tratarmos das redes sociais como espaço de produção de sentidos, é preciso que se destaque a definição de comentário, na medida em que essa palavra, a princípio pode ser definida como gênero textual que consiste em emitir julgamentos rápidos e até mesmo possíveis previsões sobre determinado assunto. Segundo Melo (2003), o comentário nunca é de fato conclusivo, ao contrário, se organiza como consequência dos julgamentos anteriores. Vale ressaltar que sua definição é também posta como pertencente ao jornalismo opinativo,

Vermelha Mulher, que denominaremos aqui sequências discursivas (SDs).

Entre os comentários, podemos perceber que não há unanimidade, mesmo que a maioria das pessoas seja contra a definição ou atribuição de *uma* cerveja para mulher. Reiteramos *uma* porque nas SDs aparece a relação entre as demais cervejas que seriam destinadas aos homens, independente da marca, do sabor, do teor e do tempo de lançamento da *Rosa Vermelha Mulher* – para o público feminino. Essa diferenciação está no texto do ator na propaganda quando mostra a *Puro Malte Forte* – para os machos⁸ – com entonação na voz, sinalizando para os efeitos que a sonorização dá aos consumidores. Na sequência, a novidade que de modo geral, não agradou ao público feminino, é apresentada. É a partir dessas possibilidades que observamos os desdobramentos de sentidos sobre a peça publicitária, a partir da produção de discursos produzidos na rede social *Facebook*.

SD 1

Incrível o tanto de gente fazendo "mimimi" aqui. Não, não estou falando de quem é contra a cerveja, estou falando de quem é contra o feminismo. Primeiro pq é uma opinião sobre a cerveja, tiveram o trabalho de fuçar o perfil da pessoa e meter fenimismo no meio.

A cerveja – objeto do qual trata a propaganda, deriva nesta SD, para outros sentidos, convoca outras memórias, outras possibilidades – “estou falando de quem é contra o feminismo”. A tomada de posição do sujeito faz ressoar um momento histórico, que significou não só para as mulheres, mas para todo modo de pensar, agir e porque não, de fazer ciência no século XIX, ou seja, o real da história se atravessa no dizer, fazendo significar de modo diferente. Mas, no mesmo enunciado, surge a contradição, própria do dizer,

que prevê uma íntima ligação entre aquele que comenta e o que está ocorrendo como notícia.

⁸ Macho - definição do dicionário Dicio online: substantivo masculino. “Qualquer animal do sexo masculino” e, como adjetivo: “Que é do sexo ou do gênero masculino. Forte, vigoroso. Valente, corajoso; másculo.” (MACHO, 2018).

“meter feminismo no meio”, tendo em vista que o sujeito não é dono do dizer, que pensa ser autônomo, mas não é. Os sentidos escorregam, deslizam, e isso foge do controle do sujeito. Ao produzir sentidos sobre a cerveja, também se produz sobre o feminismo, sobre mulher que bebe cerveja e que não faz “mimimi”. Há, neste sentido, o desdobramento dos sentidos e do sujeito.

SD 2⁹

Sobre a cerveja, cara, é histórico, não sei como tem pessoas que não entendem. Li crítica até sobre queima de sutiãs!!! Mulheres morreram pelos direitos de hj. Não é só escolher não beber, é retrocesso! Quero ver a propaganda dessa cerveja, se vai ter gatos semi nus servindo as manas que saíram de um dia difícil no trabalho. Se vai se um crush "comprando" a menina na balada. Se vão ser umas patis bebendo de canudinho.

Na continuação, mais uma vez os sentidos deslizam e derivam para as formações ideológicas e discursivas. A referência à cerveja funciona como um espaço de movimento da memória que ressoa e se presentifica, pois não está só na ordem da língua, mas da história. Por isso, os *gatos seminus* e *servindo as manas* que saíram de um dia difícil de trabalho oferece uma multiplicidade de sentidos: isso é recorrente nas propagandas de cerveja quando o homem é o consumidor, belas mulheres que os servem. Assim, os significantes *gatos* e *manas*, dizem de sujeitos inscritos em determinadas formações discursivas e não em outras e nisso, as manas – funciona como um modelo de mulher que não é recatada e submissa como permite a FD dominante, mas uma mulher resistente, despojada, amiga, irmã. Outra palavra usada no trecho acima é o *crush*, do inglês – colisão, redemoinho, compressão violenta, mas que deriva para paixão intensa, servindo como gíria entre os adolescentes e jovens, principalmente nas redes sociais. Na atualidade a palavra tem sido usada para designar, a menina ou menino que se deseja, pessoa com a qual se estabelece um contato, virtual ou não, mas que se encaminha para um relacionamento.

E esse crush “compra a menina na balada”, ou seja, evidencia-se

⁹ Esta SD é parte do comentário designado SD 1.

nesse trecho de onde o sujeito fala, como se constitui, sendo também jovem. No entanto, não é uma *Pati* que bebe cerveja de canudinho. A nomeação/designação *Pati* refere-se a outro estilo de ser mulher: mais menina, delicada, que entra em confronto com a mana, logo são dois modelos de comportamento e estilo feminino que estão se movimentando na mesma FD. Beber cerveja de canudinho, nesse sentido, soa como frescura, como ação fútil. Se estabelece nesta SD um verdadeiro embate de sentidos que se chocam, se distanciam e se cruzam, instauram o novo travestido de ruptura, que ao nosso ver, é apenas uma evidência, já que não há uma mera repetição. Tendo em vista que as palavras também têm historicidade, são carregadas de sentidos e história, e ao serem proferidas, mascaram essa presença no “já lá” da memória discursiva (interdiscurso) pela (re) entrada naquilo que é dito, o real da língua toca sua essência – seu caráter irrepresentável.

Efeito de incompletude no qual o sujeito é chamado à existência pela ideologia, ocupando determinadas posições, assumindo-as ao preço de que as mesmas evidências lhe escapem, se apaguem; a tomada de posição, como Pêcheux define, é entendida como a marca do inconsciente, significando, no retorno do Sujeito¹⁰ ao sujeito:

[...] a tomada de posição não é, de modo algum, concebível como um “ato originário” do sujeito-falante: ela deve, ao contrário, ser compreendida como o efeito, na forma-sujeito, da determinação do interdiscurso como discurso transversal, isto é, o efeito da “exterioridade” do real ideológico-discursivo, na medida em que ela “se volta sobre si mesma” para se atravessar [...] (PÊCHEUX, 2014, p. 159-160)

Assumindo uma posição o sujeito intervém na heterogeneidade das FDs, portanto, na SD acima, como consumidor ou não do produto em questão,

¹⁰ Pêcheux (2014, p. 159) retorna a Louis Althusser quanto à sua noção de “Sujeito”, já que para o segundo, essa forma de escrita se justificaria na medida em que se analisam as “condições materiais da criação e da educação animal humano e a materialidade do imaginário representam a forma como o Sujeito se torna um sujeito [...] no sentido biológico do termo.”

se situa entre essas formações e nelas, nem tudo pode dizer, já que no processo de filiação dos sujeitos a FIs ou FDs, segundo Pêcheux (GADET; HAK, 1997), funcionam três modalidades de identificação: a identificação, a contraidentificação e a desidentificação. Na primeira, em que há total identificação do sujeito, ele é chamado “bom sujeito”, pois se identifica plenamente com a FD, não derivando dela. Na segunda, o sujeito não se identifica plenamente, permitindo-se o questionamento sobre os saberes que condicionam a forma sujeito, mas mesmo assim, não rompe com a FD, apenas a desestabiliza. O sujeito se desdobra em mais de uma posição, fazendo com que outras FDs entrem em cena. Na terceira modalidade, o “mau sujeito” não só se desidentifica como filia-se a outra FD, derivando, promovendo deslizos, deslocamentos que o constitui como sujeito também dividido. São esses movimentos que instauram a possibilidade do discurso, sentidos e sujeito virem a ser outros, dependendo das posições que o sujeito assume, das condições de produção de discurso, das formações ideológicas e discursivas a que ele (o sujeito) se filia. Por esse viés, podemos dizer que há, na SD em tela, uma contraidentificação, que a nosso ver, sinaliza para a contradição.

SD 3

Ainda bem que vocês lançaram uma cerveja pra mulher, não sei nem como agradecer, por mim e pelas outras mulheres. Bebemos a cerveja errada esse tempo todo e com a boca, não com o órgão genital. Agora sim uma cerveja pra nós, delicadas e perfumadas e com o rótulo rosa perolado? Vai combinar com a cor do Iphone 

Curtir ·  30 · Responder · Mais · 5 de janeiro

Na segunda SD, a relação do sujeito com a FD na qual está inscrito, mais uma vez promove o deslize. Como evidência, no nível lingüístico, o sujeito aponta para as características de produtos destinados à mulher, mas, pelo funcionamento da memória, se coloca como sabedor da luta pela igualdade de gêneros, e em tom de ironia “bebemos a cerveja errada esse tempo todo e com a boca, não com o órgão genital”. Ao dizer isso o sujeito apaga qualquer possibilidade de concordar com a FD à qual a propaganda e seus produtores estão filiados, não se bebe com o órgão genital – não existe uma bebida para homens e para mulheres – se bebe, somente.

Na SD acima, a ironia que sustenta é a mesma que desloca os sentidos e que pelo inatingível da língua (GADET; PÊCHEUX, 2004), em seu efeito de incompletude, instaura a contradição. Para Orlandi (2012b), a ironia sempre é uma pergunta e encaminha para o equívoco que, pelo trabalho da ideologia, faz com que os sentidos não sejam nunca exatos. Esse efeito se prolonga, pois, a “cerveja perolada” vai “combinar com a cor do iphone”, que na ordem da repetição e da memória, mulheres se preocupam com combinar roupas e acessórios. Além de se colocar numa posição frente aos discursos produzidos pelas consumidoras, o sujeito convoca uma coletividade, ou seja, não fala sozinho, está numa posição que, em seu entendimento, é comum ao grupo mulheres, reforçado pelo emprego do pronome pessoal em 3ª pessoa do plural.

SD 4

Cerveja Proibida, não liga para quem não gostou, a empresa é de vocês, quem não gostou não bebe ué!

Vejamos as prateleiras dos supermercados, boa parte do consumidor é habituado com o desodorante "woman".

Até quando uma empresa tenta fazer algo especial para as mulheres vem alguém e reclama.

Mundo chato.

Aqui temos um bom sujeito, que não só está filiado a uma FD, mas concorda plenamente com ela, se assume como consumidor satisfeito, pois a empresa teria pensado algo especial – para a mulher. As mesmas mulheres, segundo o sujeito, não reclamam de desodorantes e de outros produtos, mas somente da cerveja, objeto de consumo que até pouco tempo, era destinado exclusivamente ao público masculino. E é este um dos pontos, nos quais o real da língua toca o real da história, na medida em que neste embate, os sentidos se desestabilizam pela entrada do sujeito e da ideologia. E nisso é importante destacar a ideia que o sujeito possui de autonomia – “quem não gostou não bebe ué”, esquecendo que a ideologia o constitui, o faz sujeito.

O alguém que reclama não tem gênero, não tem sexo, não é definido, fica um silêncio que significa – as pessoas nunca estão satisfeitas, só reclamam. E por isso o mundo é chato. O efeito contrário, posto como desagrado diante do lançamento comemorativo, é espaço de produção de sentidos não estabilizados, que fluem e que desorganizam o discurso. Emerge também a relação posta entre o vendedor e o consumidor, pois na FD à qual o sujeito está filiado, ele diz que não deve interessar à *Proibida* o gosto particular dessas mulheres que não gostaram do modelo em análise, mas esquece, por outro lado, que não é possível essa relação, pois o criador ou empresa dependem da receptividade do produto. Mais uma vez, sentidos e sujeito estão divididos.

SD 5

Meu nome de batismo era Tobias; aí experimentei a Proibida MULHER e, automaticamente, fui ficando delicada, perfumada, e... tcham tcham tcham me tornei mulher! Agora atendo pelo nome de Brenda Lígia, atriz/modelo/manequim
TUDO ISSO GRAÇAS À PROIBIDA!

PS.: Estamos ansiosas aguardando o próximo lançamento, PROIBIDA NEGRA TRANS

Curtir ·  12 · Responder · Mais · 5 de janeiro

A ideia de mudança, não só de um gosto ou padrão de cerveja, mas de gênero, de nome, aparece nessa SD. Aqui há o confronto entre duas instâncias que são a maior dificuldade para os sujeitos trans – um nome de batismo e um nome social, que demanda brigas intermináveis na justiça, burocracia, e que pelo toque de mágica é possível – mais uma vez a ironia se faz presente. *Me tornei mulher* – não nasci mulher. Além de mulher, trans, ainda acrescenta mais uma posição – negra. Atriz, modelo e manequim são configurações sociais que integram esse sujeito aos parâmetros sociais, ao imaginário, às formações ideológicas postas como materialidade no complexo modo de reprodução transformação.

Além disso, o enunciado que encerra seu discurso está em caixa alta, e mesmo parecendo evidente não é – PROIBIDA NEGRA TRANS – isso pode ser quanto à marca *Proibida* – que também convoca sentidos e memórias outras, tais de como tudo o que é proibido é bom, quanto ao sentido de coerção social já instituído quanto à mulher, quanto à negra e quanto aos sujeitos trans. É uma formulação que no interdiscurso funciona e convoca sentidos outros, sinalizando para a total incompletude da língua. É mesmo do novo lançamento que o sujeito fala ou de sua impossibilidade de ser socialmente aceita como negra e trans? Efeito de transferência de sentidos da língua que atesta para a incompletude, para sua não transparência. Discurso transversal – que se atravessa, que vem de outras FDs, que desestabiliza os sentidos, que faz surgir o confronto – a contradição – efeito de divisão de sentido e do sujeito, pelo duplo atravessamento, pelo real da língua e pelo real da história.

Ao enunciar PROIBIDA NEGRA TRANS o sujeito esquece que essas palavras já fizeram sentido antes, em outras condições e que carregam, em suas formulações, o interdiscurso, ao qual não se tem acesso ao dizer. E, como em AD nunca se diz a mesma coisa, não há coincidência entre os sentidos; desdobra-se assim o espaço da falha e do equívoco, da contradição.

SD 6

Tem a Proibida Mulher. E pra quem são as outras? Qual é para homem? Tem a Leve e a Forte. Qual é a Pesada? E fraca?
Achei confuso.

Quando minha esposa pedir uma cerveja e eu quiser um copo, qual devemos pedir?

Se um homem tomar a Mulher, precisa de reposição hormonal?

Curtir ·  11 · Responder · Mais · 5 de janeiro

O mesmo efeito de incompletude é pertinente nessa SD. As perguntas feitas pelo sujeito conduzem os sentidos ao deslize, à deriva. “Achei confuso” – mais uma vez aparece o discurso de gênero – e se o homem tomar a cerveja Mulher, “precisa de reposição hormonal?” Pode deixar de ser homem? O que é ser homem? São sentidos que estão presentes pela ausência. Aqui, a cerveja e a marca são apagadas e se toma mulher – efeito de metonímia – que, para Pêcheux (2014, p. 153) tem relação com o discurso transverso. O discurso transverso, segundo o autor, é o funcionamento do interdiscurso que:

[...] atravessa e põe em conexão entre si os elementos discursivos constituídos pelo interdiscurso como pré-construído, que fornece, por assim dizer, a matéria prima na qual o sujeito se constitui como “sujeito falante, com a formação discursiva que o assujeita” (PÊCHEUX, 2014, p. 154).

A tomada do conteúdo (cerveja e a própria marca) pela substitutiva mulher, pode ser considerada um efeito de memória, que pelo funcionamento do interdiscurso, permanece deslinearizado e dependente das inscrições de sujeitos, sustentados por uma FD dominante (VENTURINI, 2009). A dispersão

posta pela contradição está também posta no fato de que é a mulher, esposa do sujeito, que pede a cerveja, o que pelo interdiscurso e pelo simbólico funciona como retomada, mas não pelo apagamento dos sentidos de que o homem pede e bebe cerveja, o que é, em nosso ponto de vista uma FD dominante que sendo atravessada pelo inconsciente e pelo político, inscreve esse saber em outras condições de produção, em outro fio do dizer, (re)atualizando-o.

Considerando os comentários destacados, aqui entendidos como objetos discursivos, retomamos nossas considerações acerca da contradição em AD, destacando que, para Pêcheux, a categoria compreende os "diferentes modos de utilizar um mesmo conceito". Nesse sentido, é importante destacar a noção de ideologia posta pelo autor, como não idêntica a si mesma, logo, só existe pela condição de divisão e "apenas se realiza na contradição que com ela organiza a unidade e a luta dos contrários." (GADET; HAK, 1997, p. 191). Nesse sentido, as formações discursivas desempenham papel fundamental, são pontos onde sentidos e sujeitos entram em confronto, produzindo novos efeitos, novas significações, assim como permitem a contradição.

Para Indursky (2005, 192), "as FDs estão sob o primado da contradição, e isto abre espaço para conceber a FD como heterogênea, constituída por saberes que vêm de outro lugar, de uma outra FD ou, ainda, como provenientes do interdiscurso". Assim, pode-se dizer que a autora atesta para os limites porosos das FDs como espaços de entrada da contradição, que não só perturba os sentidos, mas também os desestabiliza. A contradição, por esse viés, traz da exterioridade saberes diferentes e até mesmo divergentes para o interior de uma FD, e esse desdobramento, por sua vez, instaura a fragmentação do sujeito e de suas posições nessa mesma FD, logo a FD é constitutivamente contraditória.

Partindo desse princípio, destacam-se nas SDs acima elencadas, diferentes tomadas de posição de sujeitos em relação ao produto cerveja *Puro Malte Rosa Vermelha Mulher*. Se analisados em forma de uma série, que

constitui um arquivo, a contradição é constitutiva deles do mesmo modo que se tomadas em separado. Se a língua é sempre incompleta e sujeita a falhas, a produção do dizer, em discurso, é espaço móvel de sentidos sempre outros, e que, pelo interdiscurso, permite o funcionamento não só dos deslizamentos de sentido, mas situa o sujeito como sempre dividido, perturbando a memória. Esses movimentos permitidos pela contradição promovem o surgimento de dizeres e sentidos novos, que não se afastam totalmente de um sentido já-lá, mas que irrompem sob a forma de um duplo sobre o já dito, instaurando o novo no compasso do velho, já posto na ordem do dizer.

Ilusória finalização...

A partir da noção de incompletude e do equívoco, como constitutivo na sua relação com a história, somos conduzidos, aos poucos, nos entremeios do texto, a finalizar este trabalho. Mas, esbarramos na impossibilidade de fazê-lo uma vez que, pelo viés teórico que adotamos, com vistas à AD, não há texto fechado, pronto. Em nossa ilusão de terminar, percorremos o trajeto feito nele, sendo que por muitas vezes, temos a impressão de nos perdermos no caminho dos sentidos e eles fogem de nós, se perdem nos espaços, nas falhas e nos aparentes vazios de significação.

Iniciamos na abordagem das condições de produção de nosso objeto discursivo, explicitando os modos como se deu sua criação e lançamento da cerveja da marca *Proibida*, no modelo *Rosa Vermelha Mulher*, que teve como mote a comemoração do Dia Internacional da Mulher, 08 de março; e dessa travessia delimitamos esse objeto como os comentários produzidos e veiculados na rede social *Facebook* sobre a referida cerveja. Revisitamos as noções de sujeito e as posições que este assume em discurso, verificando que as posições que o sujeito assume em determinada FD não são homogêneas, mas de certo modo constitutivas uma das outras. Desse modo, ao transitar em uma FD, sentidos e sujeitos estão expostos à contradição, na medida em que os saberes

da FD na qual ele está filiado, são produzidos já por esse efeito e por isso retomamos o princípio de que a língua é sempre sujeita a falhas e equívocos. Como as FDs são heterogêneas, as posições que o sujeito assume, em suas possibilidades de filiação, carregam de uma para outra os saberes e a própria constituição do sujeito como dividido, disperso. Logo, ao filiar-se a uma determinada FD o sujeito não apaga a sua posição anterior, não há uma ruptura, mas uma relação constitutiva na qual tanto o sujeito quanto os sentidos se estruturam pela dispersão, pela divisão.

É a partir das tomadas de posição que sujeito e sentidos, inscritos em formações discursivas e ideológicas, mudam, se deslocam e se desdobram, movimentando e desestabilizando o dizer. Esses movimentos atestam para a ideologia como condição necessária para a constituição de sentidos e sujeitos, na constante relação de atravessamento pelo real da língua e da história. A contradição, pelo viés que adotamos, engendra as possibilidades de dizer, de discurso, haja vista que as palavras ditas, na ruptura de sua instabilidade (ilusória) do/no silêncio, são carregadas de historicidade, de sentidos já construídos e que estão à borda do dizer, mas que irrompem e promovem o deslize, a desorganização e, por fim, a produção de sentidos outros, como se estivessem sempre lá.

Não há, portanto, no funcionamento da língua, a apreensão ou captura dos sentidos numa totalidade plena, ao contrário, na formulação do dizer, os sentidos se esburacam, esbarram na história e na própria língua, que pela sua natureza opaca, dissimula esse mesmo dizer, que retoma o dito e pelo esquecimento desta sua condição, reformula, desdobra-se e intervém no real, aparecendo como novo. Efeito de ilusão, de evidência. Contraditório.

Referências

DIAS, Cristiane. *Sujeito, sociedade e tecnologia: a discursividade da rede (de sentidos)*. São Paulo: Hucitec, 2012.

GADET, Françoise; HAK, Tony (Org.). Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Tradução de Bethania Mariani et al. 3. ed. Campinas, São Paulo: Ed. da Unicamp, 1997.

GADET, Françoise; PÊCHEUX, Michel. *A língua inatingível: o discurso na história da lingüística*. Campinas: Pontes, 2004.

INDURSKY, Freda. Remontando de Pêcheux a Foucault: uma leitura em contraponto. In: INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina Leandro (Org.). *Michel Pêcheux e a análise de discurso: uma relação de nunca acabar*. São Carlos: Claraluz, 2005. p. 183-194.

MACHO. In: DICIONÁRIO online de português. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/macho/>>. Acesso em: 8 jun. 2017.

MALDIDIÉ, Denise. *A inquietação do discurso: (re)ler Michel Pêcheux hoje*. Tradução de Eni Pulcinelli Orlandi. São Paulo: Pontes, 2003.

MELO, José Marques de. *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. 3. ed. São Paulo: Mantiqueira, 2003.

MITTMANN, Solange. Alguns apontamentos sobre militância digital. In: GRIGOLETTO, Evandra et al. *Discursos em rede: práticas de (re)produção, movimentos de resistência e constituição de subjetividades no ciberespaço*. Recife: UFPE, 2011. p. 119-139.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Discurso e texto: formação e circulação dos sentidos*. São Paulo: Pontes, 2006.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Discurso em análise: sujeito, sentido e ideologia*. 2. ed. São Paulo: Pontes, 2012a.

ORLANDI, Eni Puccinelli. Sentidos em fuga: efeitos de polissemia e do silêncio. In: CARROZA, Guilherme; SANTOS, Mirian dos; SILVA, Telma Domingues da (Org.). *Sujeito, sociedade, sentidos*. Campinas: Ed. RG, 2012b. v. 1, p. 11-28.

PÊCHEUX, Michel. Papel da memória. In: ACHARD, Pierre et al. *Papel da memória*. Tradução de José Horta Nunes. Campinas, SP: Pontes, 1999.p. 49-58.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso*. Uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução Eni Pulcinelli Orlandi et al. 4. ed. Campinas: Ed. da Unicamp, 2014.

VENTURINI, Maria Cleci. *Imagário urbano: espaço de rememoração/comemoração*. Passo Fundo: Ed. UFP, 2009.