

## SUBJETIVIDADE, ARGUMENTAÇÃO, POLIFONIA. A PROPAGANDA DA PETROBRÁS

Beth Brait\*

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

Quando alguém diz que é “analista de discurso”, nossa atitude automática é aguçar olhos e ouvidos, procurando captar exatamente o significado da expressão. Não por acaso, mas por experiência acadêmica, sabemos que no saco de gatos abrangido pela expressão há de “um tudo”: desde a seriedade e o rigor dos que assumem determinadas tendências dessa ampla perspectiva sobre a linguagem, até aqueles que, sem saber muito bem o fazem, e sem um nome para o que está sendo feito, se acomodam sob esse guarda-chuva mãe.

Considerando os que fazem parte do primeiro grupo mencionado, há no Brasil várias pessoas que, sob diferentes perspectivas, vêm contribuindo para a divulgação, constituição teórica e aproveitamento dessa perspectiva analítica para a leitura de textos, de discursos produzidos pela sociedade brasileira em diferentes momentos. E é justamente uma delas que, novamente, coloca ao alcance dos pesquisadores brasileiros mais um produto de seu trabalho. Trata-se de Helena Nagamine Brandão e de seu novo livro *Subjetividade, argumentação, polifonia. A propaganda da Petrobrás*.

---

\* FFLCH/USP.

O nome de Helena Nagamine Brandão, professora de Língua Portuguesa do Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas da Universidade de São Paulo, está associado, desde 1991, data da primeira edição de seu livro *Introdução à Análise do Discurso*, à capacidade de trazer para o público universitário, e para interessados em geral, especificidades da análise do discurso caracterizada como sendo de linha “francesa”. Parte de uma tese de doutoramento, esse primeiro livro, em estilo elegante, agradável e sem concessões à vulgarização ou à mera resenha, estabeleceu-se como um panorama teórico amplo e rigoroso, de divulgação reflexiva dos elementos articuladores da Análise do Discurso (AD). O número de referências a essa obra, presente em dissertações, teses e livros, confirma o alcance e o papel multiplicador de um texto em que os principais conceitos da AD são tratados com clareza, seriedade e atualização, obedecendo ao detalhamento minucioso e didático que caracteriza a produção da autora.

Essa segunda obra, *Subjetividade, argumentação, polifonia. A propaganda da Petrobrás*, constitui a reformulação da parte da tese de doutoramento que não foi contemplada em *Introdução à Análise do Discurso*. Se na primeira, considerada introdutória, eram as questões teóricas que ganhavam o primeiro plano, nesta segunda a autora demonstra de que forma essa teoria pode servir para a leitura, enquanto deslindamento de mecanismos de produção de sentido, de um conjunto de textos publicitários, procedendo com o mesmo rigor, a mesma coerência e a mesma clareza do trabalho anterior.

Para que o leitor não imagine que esse trabalho constitui um “segundo tomo”, exigindo a retomada integral do primeiro, é necessário deixar claro que há uma fundamentação teórica, um detalhamento metucioso das categorias e conceitos que, extraídos do espectro mais amplo, vão procurar dar conta da complexidade ligada a três dimensões constitutivas da linguagem – subjetividade, argumentação e polifonia –, e da forma como estão mobilizadas no *corpus* selecionado. Esses conceitos e categorias, advindos de autores que não estão necessariamente ligados à análise do discurso francesa, mas que com ela contribuem ou dialogam, como é o caso de Benveniste e de Ducrot, por exemplo, estão suficientemente esmiuçados para garantir o acompanhamento dos passos seguidos na direção da construção de uma leitura que, não se propondo ser a única e nem a verdadeira, define-se, segundo as afirmações da autora como “uma contribuição à metodologia de abordagem do texto que procura dar conta dos componentes envolvidos no ato de enunciação (...) nossa leitura vai procurar resgatar sentidos possíveis do texto e reconstruir seus processos (histórico-discursivos) de formação a partir de um lugar determinado,

isto é, de uma perspectiva teórica, sobre um objeto do conhecimento: o discurso da propaganda institucional” (p. 24).

Iniciando e enunciando seus propósitos nas dez páginas preenchidas pela *Introdução*, a autora explicita em que linha da Análise do Discurso o trabalho se insere, tendo o cuidado de fazer um resumo das características básicas dessa linha, incluindo aí o panorama histórico epistemológico em que se insere (AD), as condições que marcaram seu surgimento nos anos 60, a influência decisiva do pensamento de Althusser, via Pêcheux, e as modificações pelas quais passou e vem passando. É também nessa introdução, e a partir do conceito de prática discursiva, que a autora vai justificar a escolha de um *corpus* formado pelo discurso da propaganda, privilegiado especialmente “porque nele a interação interlocutiva é fundamental”.

A primeira parte, intitulada *Discurso e sujeito*, dará conta, do ponto de vista teórico, da forma como os complexos conceitos de *subjetividade*, *sentido*, *sujeito* e *representação* serão compreendidos no trabalho. Buscando as raízes da questão na Filosofia, a autora resume um percurso que vem dos gregos passa por Descartes, Hegel e vai aportar na *emergência* da questão da subjetividade na linguagem. Com clareza e precisão, o apanhado sobre a subjetividade na linguagem resgata duas grandes tendências: por um lado, a que está ligada a uma epistemologia clássica e que vê a língua enquanto função representativa do real; por outro, numa ruptura com esse paradigma, uma concepção moderna em que a língua é vista enquanto função demonstrativa.

A importância da distinção entre essas duas posições está nos diferentes conceitos de sujeito, de subjetividade, que elas implicam. Se a primeira, voltada para as formas de representação do real, não questiona o papel do sujeito, a segunda lhe confere uma posição privilegiada. Nessa toada, tão importante para o entendimento de como o sujeito e a questão da subjetividade vão sendo trabalhados nos estudos da linguagem, a autora chega a Benveniste, lingüista que “por meio do estudo dos pronomes faz emergir a questão da subjetividade na linguagem” (p. 38). Ainda que Benveniste e seus conceitos de enunciação e discurso sejam fundamentais na análise do *corpus*, como comprova o segundo capítulo, intitulado *A representação do sujeito numa prática discursiva*, o percurso seguido demonstra a insuficiência, por assim dizer, do conceito de subjetividade do lingüista, e a retomada dessa espinhosa e intrincada questão pela Análise do Discurso. Aí são destacados os conceitos de *sentido* e *sujeito* e a forma como serão entendidos pela AD, passando pelos trabalhos de Pêcheux e Jacqueline Authier-Revuz.

Sendo o livro uma reelaboração da tese, a autora procura, cartesianamente, fazer um balanço no final de cada capítulo, o que didatiza a proposta e facilita a vida do leitor. Nesse caso, a questão da subjetividade na linguagem é surpreendida no pioneirismo de Benveniste, que “mostra uma nova forma de pensar a subjetividade ao buscar a constituição do sujeito no interior do discurso que profere”, passa para um segundo momento em que, por influência de uma teoria da ideologia, vai colocar o sujeito no quadro de uma formação ideológica e subjetiva, como quer Pêcheux, e num terceiro momento, sem qualquer exclusão dos anteriores, a interferência do dialogismo bakhtiniano e também da Psicanálise, concebendo o sujeito, e conseqüentemente o discurso, a partir da heterogeneidade constitutiva que os define.

E é a partir desse posicionamento diante do discurso, do sujeito e da possibilidade de abordá-los em textos que Helena Brandão analisa parte do *corpus* no segundo capítulo, intitulado *A representação do sujeito numa prática discursiva*. A mobilização teórica, que envolve a referência dêitica, o estatuto dos protagonistas do discurso, destacando a instância do locutor, do delocutor e do alocutário, bem como a dimensão espaço-temporal, vai desvendando os mecanismos lingüísticos produtores dos sentidos veiculados pelas propagandas escolhidas. Por meio da análise fina, da insistência em perseguir o avesso que o texto tenta camuflar, desmascara-se a ilusão da objetividade pretendida e, no jogo das vozes, na forma de polifonia assumida pela propaganda, flagra-se a monofonização, revelada na “redução das vozes dos locutores a uma só perspectiva”. É, de fato, uma análise que vale a pena, na medida em que expõe os caminhos analíticos e produz uma leitura contundente de discursos que circularam num passado recente e implicam, basicamente, estratégias políticas de qualificação e desqualificação de sujeitos.

Mas a história não pára por aí. Na segunda parte da obra, a autora vai trabalhar de forma precisa e exaustiva os conceitos de *refutação*, *argumentação* e *polifonia*, reinstaurando os caminhos de construção teórica desses aspectos constitutivos da linguagem para, em seguida, analisar alguns textos da campanha da Petrobrás intitulada “A luta continua” e explorar o que ela denominou *Aspectos da refutação em uma prática discursiva*. Novamente, é com muita acuidade que ela vai estudar o funcionamento e a produtividade discursiva dos mecanismos de refutação que aparecem nos textos, tendo como objetivo a apreensão dos processos formadores do sentido. E sem perder de vista os conceitos trabalhados em capítulos anteriores.

O que se fica sabendo no final desse percurso? Na terceira e última parte, denominada *Discurso e identidade discursiva*, são trabalhadas as questões ligadas à formação discursiva, ao interdiscurso, às relações estabelecidas entre discurso e memória, discurso e repetição, interdiscurso e polêmica. Essas questões teóricas centrais na Análise do Discurso são arranjadas com muita arte por Helena Brandão, especialmente se considerarmos que todas elas vão sendo mostradas na tessitura dos textos-discursos que estão sendo analisados.

Lançando mão estrategicamente do que denomina “*corpus complementar*”, ou seja, a campanha em defesa do petróleo na época da criação da Petrobrás (1953), estabelece um diálogo com o “presente” (anúncios que saíram num encarte da *Revista Petrobrás* em 1979), explorando os sentidos que advêm dessa relação e desvendando seus mecanismos histórico-ideológicos. No jogo temático da recuperação/silêncio, o processo de reinterpretação do passado implica reatualização, transposição e, até mesmo, apagamento, como acontece com os temas do “entreguismo”, do “nacionalismo versus truste internacional”, inadequados para o final da década de 70 e a política imposta ao petróleo e ao Brasil.

A importância do livro *Subjetividade, argumentação, polifonia. A propaganda da Petrobrás* está justamente na capacidade da autora de explicitar e articular conceitos de uma forma bastante pessoal, coerente com suas posturas teóricas, encaminhando a construção da leitura de um conjunto de textos que têm muito a ver não apenas com o gênero publicidade institucional, mas também com uma história particularmente brasileira. Mesmo que cada um de nós, analistas de discurso ou candidatos a, pudéssemos fazer um outro percurso, as soluções encontradas por Helena Brandão passam pela seriedade de sua relação com a teoria e com os objetos de análise, assim como por sua generosidade, pouco comum entre nós, de expor cada passo de seu caminho, mesmo quando sujeito a polêmicas.