

O lugar da paráfrase no trabalho do analista do discurso

Milena Maria Sarti¹

Paula Chiaretti²

[...] empleamos un lenguaje completamente marginal en relación a un cierto tipo de realidades más hondas a las que quizá podríamos acceder si no nos dejáramos engañar por la facilidad con que el lenguaje todo lo explica o pretende explicarlo.

(JULIO CORTÁZAR, Rayuela)

Resumo: Para formalizar uma disciplina de descrição e interpretação de discurso, Pêcheux recorre à paráfrase como aquilo que poderia remontar ao “efeito de superfície”, relacionado à produção de sentido, a uma “estrutura profunda”, na qual esse sentido está fundamentado. Assim, um efeito de sentido estaria sempre relacionado a uma série de superfícies que, justapostas, podem nos fornecer pistas sobre a constituição do sentido. O presente artigo apresenta duas análises discursivas, através das quais concluímos que os lugares do analista do discurso e do procedimento de análise de paráfrases vêm aí inscrever, por meio da elaboração de possíveis, uma “desautomatização” da realidade.

Palavras-chave: Paráfrase. Análise do discurso. Slogans publicitários. Produção de sentido.

Abstract: In order to formalize a discipline of description and interpretation of discourse, Pêcheux appeals to the paraphrase as what could connect the “surface effect”, related to production of sense, to a “deep structure”, in which this sense is based. Thus, an effect of sense is always related to a series of surfaces which, as long

¹ Doutora em Psicologia pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto (Universidade de São Paulo) e professora titular do curso de Psicologia na Faculdade de Tecnologia e Ciência em Jequié-BA. Membro do Grupo de pesquisa diretório de grupos do CNPq: “Análise do Discurso e suas interfaces”.

² Doutora em Psicologia pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto (Universidade de São Paulo) e professora do Curso de Pós-graduação em Ciências da Linguagem na Universidade do Vale do Sapucaí, em Pouso Alegre-MG.



as they are juxtaposed, could provide clues about the constitution of sense. The present article presents two discursive analyses through which we conclude that the discourse analyst's position and the procedure of paraphrases analysis enroll, through the elaboration of "possibles", a manner of "un-automatize" the reality.

Keywords: Paraphrase. Discourse analysis. Advertising slogans. Production of sense.

Résumé: Dans le but de formaliser une discipline de description et d'interprétation des discours, Pêcheux prends la paraphrase comme ce qui pourrait remonter le «effet de surface», lié à la production du sens, a une «structure profonde» dans laquelle le sens est basé. Ainsi, un effet de sens serait toujours lié à un certain nombre de surfaces que, juxtaposés, peuvent nous fournir des indices sur la constitution du sens. Cet article présente deux analyses discursif, par lesquelles on conclu que les places de l'analyste du discours et de la procédure de l'analyse paraphrastique s'inscrivent, à travers de la élaboration de possibles, dans un « de-automatisation » de la réalité.

Mot-clés: Paraphrase. Analyse du discours. Slogans publicitaires. Production de sens.

Considerações iniciais

O presente artigo tem como objetivo principal situar teoricamente e colocar em funcionamento o mecanismo parafrástico, tal como ele é circunscrito por Michel Pêcheux segundo a mobilização do efeito metafórico inerente à língua. Essa abordagem que remonta a metáfora ao seu lugar na ordem do discurso como matriz de significação permite-nos situar o trabalho do analista do discurso como um desestabilizador dos sentidos, logo, um 'desautomatizador' da realidade já que, sob a cobertura lógica da língua, naturaliza-se um real-natural histórico homogêneo, nos termos de Pêcheux ([1983]2002), em silenciamento da espessura semântica e da abertura dos processos linguístico-discursivos e históricos.

Tendo isso em vista, em um primeiro momento, fazemos um panorama histórico, situando epistemológica e politicamente a

disciplina da Análise do Discurso (doravante AD) de Pêcheux. Posteriormente, empreendemos o percurso teórico-metodológico que articula o efeito metafórico à elaboração de paráfrases no trabalho do analista do discurso em seus gestos de descrição e interpretação. Por último, trazemos a análise discursiva de um *corpus*, de forma a colocar em funcionamento os deslocamentos metafóricos e o mecanismo parafrástico.

Panorama histórico da Análise do Discurso de Pêcheux

A AD consagra-se, segundo Maingueneau (1989), sobretudo a partir da obra de Pêcheux, de 1969, *Análise Automática do Discurso* (AAD69), cujas reflexões teóricas provocaram uma ruptura no campo das Ciências Sociais e Humanas ao refutar, segundo Henry (1993), as seguintes noções que as fundamentam: 1. a linguagem vista somente como instrumento de comunicação; 2. o sujeito, como indivíduo empírico (sujeito psicológico e sociológico); 3. a ideologia, como ocultação ou mascaramento da realidade (responsável pela dominação de uma classe); 4. o sentido, ligado à sua evidência, a seu caráter de verdade, à literalidade.

Esses questionamentos marcam a posição da AD na conjuntura teórico-política da década de 60 na França, inscrevendo-a em um objetivo político, uma vez que essa disciplina de conhecimento científico, como pensada por Pêcheux, procurava provocar uma ruptura epistemológica com a ideologia dominante nas Ciências Humanas e Sociais. Para tanto, conforme Malidier (1997), a AD promovia, no campo teórico do discurso, um encontro particular entre a Linguística e

os questionamentos marxistas sobre a linguagem, tendo como objetivo teórico-científico central articular, a partir da língua saussuriana (sistema formal ou código social fechado), a questão do discurso intrincada às do sujeito, do sentido e da ideologia.

Em virtude desses posicionamentos teóricos, Pêcheux e Fuchs ([1975]1993, p. 163-164) afirmam que o quadro epistemológico da AD reside na articulação de três regiões do conhecimento científico:

1. o materialismo histórico, como teoria das formações sociais e de suas transformações, compreendida aí a teoria das ideologias;
2. a linguística, como teorias dos mecanismo sintáticos e dos processos de enunciação, ao mesmo tempo;
3. a teoria do discurso, como teoria da determinação histórica dos processos semânticos.

Convém explicitar ainda que estas três regiões são, de certo modo, atravessadas e articuladas por uma teoria da subjetividade (de natureza psicanalítica).

Sobre a noção de efeito metafórico e a produção de paráfrases

A noção de efeito metafórico, elaborada por Pêcheux em seu projeto inicial, AAD69, parte do pressuposto de que:

[...] a série das superfícies discursivas [...] constitui um vestígio do processo de produção do discurso, isto é, da “estrutura profunda” comum. Nosso empreendimento consiste, pois, em remontar desses “efeitos de superfície” à estrutura invisível que os determina (PÊCHEUX, [1969]1993, p. 94).

A existência de um efeito metafórico inerente à língua disponibiliza ao analista de discurso o mecanismo interpretativo de construir paráfrases do dizer, de-superficializando o discurso por meio de deslizamentos metafóricos, o que, por sua vez, coloca a metáfora na

base da construção de significação (Pêcheux, [1975] 1988): a metáfora abre caminho para a metonímia, o que corresponde a abrir caminho ao modo particular como o sujeito se realiza discursivamente: assujeitado ao simbólico na história. Isso significa dizer que as diferentes possibilidades de formulação que caracterizam toda enunciação, quando recuperadas pelo analista por meio da elaboração de paráfrases, funcionam como sintomas ou vestígios do processo de produção de sentidos dominante (interdiscurso), que rege aquela dada situação discursiva, ou seja, abre via de acesso à “estrutura invisível” que determina a forma pela qual o sujeito, determinado sócio-historicamente, se faz presente no discurso do indivíduo, mesmo que à revelia deste.

A noção de efeito metafórico torna possível pensar o deslize como próprio da ordem do simbólico; e a elaboração de paráfrases, como procedimento analítico, pauta a relação entre língua e discurso, sendo a língua pensada “[...] como sistema sintático intrinsecamente passível de jogo e a discursividade como a inscrição de efeitos linguísticos materiais na história” (PÊCHEUX, 1980 *apud* ORLANDI, 1993, p. 81).

Dessa maneira, as paráfrases ocupam, para o analista, a função de indícios, marcas linguístico-discursivas do processo de produção de sentidos, que permitem recuperar o modo como o enunciador se posiciona e se constitui como sujeito historicizado, inscrito em uma particular relação entre o já dito e o que está se dizendo, ou seja, entre o interdiscurso e o intradiscurso, entendidos como constituição do sentido e sua formulação.

Nessas condições, o confronto recíproco das formas variadas da superfície permite ao multiplicar a presença do discurso por ele mesmo, manifestar a estrutura invariante do processo

de produção para um estado dado, estrutura esta cujas variações são o sintoma (PÊCHEUX, [1969]1993, p. 98).

Ao longo de todo dizer, formam-se famílias parafrásticas que o sujeito vai rejeitando para o não-dito, acreditando que o que diz só pode significar x e não y. Aqui, podemos ver o efeito do esquecimento nº 2, que corresponde à ilusão da realidade do pensamento, isto é, a ilusão do sujeito de que só aquelas palavras que ele utiliza na enunciação, e não outras, reproduzem o seu pensamento. No entanto, essas outras formulações não ditas são constitutivas do dizer e se caracterizam como sentidos possíveis, porém indesejáveis em uma dada situação discursiva.

Retomamos, aqui, brevemente, o conceito de formações discursivas de Pêcheux ([1975]1988, p. 160) como “[...] aquilo que numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, [...] determina o que pode e deve ser dito [...]”. Essa determinação escapa ao sujeito que, inscrito em uma formação discursiva, não percebe o efeito da ilusão que o constitui e também às suas palavras, acreditando escolher livremente a formulação cujo sentido lhe soa natural: o sujeito não reconhece sua interpretação, reconhecendo apenas o sentido *já-lá*.

Em virtude do exposto, podemos encontrar o eco da natureza psicanalítica do sujeito em AD, na medida em que o sujeito não tem acesso direto ao modo como se constitui em relação ao simbólico, à linguagem na história, pois este modo particular se apresenta como sua janela para o mundo, tributário de sua identidade, sendo ao mesmo tempo o que o permite ver e o que o torna cego a todas as outras possibilidades de significação. A condição de sujeito é inconsciente e,

portanto, só pode ser deduzida por retroação, por gestos de interpretação realizados sobre a superfície do discurso de forma a, em termos lacanianos, fazer incidir sobre a estrutura que sustém o discurso uma fala ocultada pelo próprio discurso. Sendo assim, não existe acesso direto ao inconsciente, mas, sim, pela via de suas (de)formas que se apresentam à consciência, feitas indiciárias da posição de sujeito e da estruturação simbólica que a determina (SARTI, 2011).

Como afirma Pêcheux ([1975]1988, p. 163):

[...] o sujeito se constitui pelo esquecimento daquilo que o determina. Podemos agora precisar que a interpelação do indivíduo em sujeito de seu discurso se efetua pela identificação (do sujeito) com a formação discursiva que o domina (isto é, na qual ele é constituído como sujeito): essa identificação, fundadora da unidade (imaginária) do sujeito, apóia-se no fato de que os elementos do interdiscurso que constituem, no discurso do sujeito, os traços daquilo que o determina, são re-inscritos no discurso do próprio sujeito.

A partir de deslizamentos metafóricos, a elaboração de paráfrases viabiliza ao analista a anulação do esquecimento nº 2 e, dessa maneira, pode desvelar o sujeito a partir de seus gestos de interpretação e de sua posição em relação à ideologia e às relações de força que se realizam em seu próprio discurso. Retomamos aqui Pêcheux (1988) no ponto em que afirma estar a metáfora na base da significação. Conforme comenta Orlandi (1996, p. 21):

Desse modo, dirá Pêcheux, uma palavra, uma proposição não têm um sentido que lhes é próprio, preso à sua literalidade e nem sentidos deriváveis a partir dessa literalidade. O sentido é sempre uma palavra, uma proposição por outra e essa sobreposição, essa transferência (“meta-phora”) pela qual elementos significantes passam a se confrontar, de modo que se revestem de um sentido, não poderia ser predeterminada por propriedades (intrínsecas, eu diria) da língua. [...] Ora, os sentidos só existem nas relações de metáforas das quais certa formação discursiva vem a ser o lugar mais ou menos provisório: as palavras, expressões, proposições recebem seus

sentidos das formações discursivas nas quais se inscrevem. A formação discursiva se constitui na relação com o interdiscurso (memória do dizer), representando no dizer as formações ideológicas. Ou seja, o lugar do sentido, lugar da metáfora, é função da interpretação, espaço da ideologia.

Com isso, apresentamos agora a regra fundamental em AD, que só é possível pela noção de efeito metafórico explorada aqui: “Quando se diz x deixa-se de dizer y”. Essa regra norteia todo o trabalho do analista com o dispositivo parafrástico.

Pêcheux ([1969]1993) afirma que os “deslizamentos semânticos”, que caracterizam as paráfrases do dizer, produzem o mesmo efeito de sentido em relação a um contexto dado. Ele chama “de efeito metafórico o fenômeno semântico produzido por uma substituição contextual para lembrar que esse ‘deslizamento de sentido’ entre x e y é constitutivo do sentido designado por x e y [...]” (PÊCHEUX, [1969]1993, p. 96). Orlandi (1996, p. 80) acrescenta que “[...] não há sentido sem essa possibilidade de deslize, e, pois, sem interpretação. O que nos leva a colocar a interpretação como constitutiva da própria língua”. A não-transparência da linguagem e o reconhecimento da materialidade linguístico-histórica é que permite a construção de um dispositivo analítico do discurso fundado na noção de efeito metafórico, como procuramos fundamentar ser o mecanismo parafrástico.

Conforme afirma Pêcheux ([1983]2002, p. 53):

[...] todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, deslocar para um outro. [...] todo enunciado, toda sequência de enunciados, é, pois, linguisticamente descritível como uma série (léxico-sintaticamente determinada) de pontos de deriva possíveis oferecendo lugar à interpretação. É nesse espaço que pretende trabalhar a análise do discurso.

Pêcheux ([1969]1993, p. 97) fornece um modelo fictício para evidenciar como entendemos a presença do interdiscurso (designada pelo autor, como vimos inicialmente, de “estrutura invariante ou invisível”) através da variação morfeológica:

$$\begin{array}{r}
 D_{x_1} \text{ a g d b h} \dots\dots\dots y \\
 / \\
 D_{x_2} \text{ j g b d h} \dots\dots\dots y \\
 / \\
 D_{x_3} \text{ j k d b h} \dots\dots\dots y \\
 / \\
 D_{x_4} \text{ j k m b h} \dots\dots\dots y \\
 / \\
 D_{x_5} \text{ j k m x h} \dots\dots\dots y \\
 / \\
 D_{x_6} \text{ j k m x w} \dots\dots\dots y \\
 \vdots \\
 \vdots \\
 \vdots \\
 D_{x_n} \text{ j k m x w} \dots\dots\dots z
 \end{array}$$

Vemos, por esse modelo, que, através de uma variação da superfície do texto (considerando que D_{x_1} não tem nenhum termo em comum com D_{x_n}), há uma ancoragem semântica, na medida em que o deslizamento feito por metáforas (séries de efeitos metafóricos: a/j, g/k, d/m, b/x, etc) assegura que, por definição, D_{x_n} é semanticamente equivalente a D_{x_1} . Isso implica afirmar que o sentido de y é constitutivo do sentido de z, e que o enunciado y pode se deslocar para o enunciado z em uma substituição contextual (PÊCHEUX, [1969]1993).

Este espaço de deslize constitutivo da própria ordem do simbólico é o lugar da interpretação, da ideologia, da historicidade (ORLANDI, 1996), uma vez que, como vimos, para a AD, os sentidos das palavras são determinados pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico em que foram produzidas. Em função disso é que a escolha das palavras do enunciado não é aleatória, e a

organização morfossintática, ou seja, a superfície linguística apresenta-se como a porta de entrada ao funcionamento ou processo discursivo.

A repetição do idêntico, da mesma estrutura semântica, através de formas linguísticas diversas (elaboração de paráfrases), caracteriza, para o analista, o processo de produção do discurso (o modo como os sentidos são produzidos), na medida em que a exposição do que deixou de ser dito na formulação permite a investigação do *por que* o sujeito diz x e não y em uma dada situação discursiva. O modo como o interdiscurso se atualiza na enunciação (processo discursivo) pode ser contemplado sob a forma das paráfrases (objeto discursivo) que, ao instalar o dizer no jogo das diferentes formações discursivas, permite ao analista identificar a formação discursiva dominante em torno da qual se organizam as demais, desvelando, assim, um posicionamento ideológico do sujeito definido pela História e do qual esse dizer deriva.

O deslocamento produzido por esse dispositivo parafrástico situa o trabalho do analista no âmago dos dois esquecimentos: onde o sujeito acha que escolhe livremente a sua formulação (esq. nº 2) lhe pertencendo o sentido, expô-lo à historicidade que o constitui e às suas palavras (esq. nº 1), desvelando a sua relação (inconsciente) de assujeitamento com o simbólico calcado na história (ORLANDI, 1996).

Sob esse marco, a questão metodológica implicada na elaboração de paráfrases pode ser resumida pela promoção de um deslocamento da automatização do efeito de sentido (e de sujeito) da enunciação dada, de forma a construir um *objeto discursivo* que, ao permitir recuperar a relação entre o já dito (interdiscurso) e o que se está dizendo (intradiscurso), possibilita o acesso ao *processo discursivo*, ou seja, à

relação sócio-historicamente determinada entre a constituição do sentido e sua formulação (ORLANDI, 1999).

As noções teóricas e metodológicas acima expostas, principalmente as de interdiscurso e paráfrase – na medida em que a elaboração de paráfrases ilumina o caminhar do analista pelas trilhas interdiscursivas –, serão retomadas e mobilizadas a seguir no próprio trabalho de análise realizado sobre o *corpus*, a saber, a campanha publicitária da rede de televisão MTV, que consiste em apresentar, num certo momento da programação por um período de 15 minutos, a frase: “*Desligue a TV e vá ler um livro*”, ao qual aliamos a análise do slogan publicitário da Rede Globo de Televisão: “*Globo. A gente se vê por aqui*”.

Análise discursiva

Como vimos, as paráfrases funcionam, a um só tempo, como a contrapartida de um dizer que se pretende sedimentado e homofônico, e como a contrapartida de um sujeito que se pretende alforriado das determinações históricas de seu dizer, alforriado do “discurso do Outro”. Segue-se que o efeito de realidade da enunciação e do eu enunciador (o aqui e agora do discurso) são derivados de uma *posição de realidade*, que nada mais é do que a “realidade-para-o-pensamento” que permite a realização do mundo segundo “[...] sistema de significações vividas-aceitas-experimentadas” (PÊCHEUX, [1975]1988, p. 170). Essa posição de realidade é fornecida/imposta ao enunciador sob a forma geral do desconhecimento intrínseco do eu de que a realidade de suas palavras é dependente da incidência do “discurso do Outro” em seu próprio discurso, através do qual a ideologia atua no sujeito:

naturalizando sentidos e interditando outros, a ideologia interpela o indivíduo em sujeito, promovendo o apagamento dos rastros da história na língua, e fazendo circular sentidos que se instalam na sociedade e são apropriados como naturais no intradiscurso dos sujeitos a eles identificados.

Diremos que a marca do inconsciente como “discurso do Outro” designa no sujeito a presença eficaz do “Sujeito”, que faz com que todo sujeito “funcione”, isto é, “em total consciência e em total liberdade”, tome iniciativas pelas quais se torna “responsável” como autor de seus atos, etc., e as noções de *asserção* e *enunciação* estão aí para designar, no domínio da “linguagem”, os atos de tomada de posição do sujeito, enquanto sujeito-falante (PÊHEUX, [1975]1988, p. 171-172).

Com efeito, todo dizer se apresenta segundo um duplo eixo paradigmático: o da enunciação (aqui e agora do discurso) e o do enunciado (incidência da história na língua, “discurso do Outro”). A materialidade discursiva da ideologia, portanto, intervém como elemento fundador do imaginário dos sujeitos, ou seja, da realidade; as paráfrases, como dispositivos de análise, farão incidir sobre essa realidade a estrutura invisível sobre a qual esta se sustém, o que pode promover a revelação de regiões de sentidos que, embora escamoteados da enunciação, lhes dão tónus. No discurso aqui proposto para análise, teríamos:

Desligue a TV e vá ler um livro.

.
.
.

É preferível ler um livro a ver TV.

O efeito ideológico que deriva dessa substituição de significantes expõe a formação discursiva que, embora funcione como a matriz dos sentidos desse dizer, deve ser velada, pois a TV tem que continuar ligada, considerando que à MTV, enquanto emissora de televisão, não interessa desprestigiar a função social desta. A comparação mobilizada nos enunciados entre os significantes “TV” e “livro” deriva de uma região específica do interdiscurso, ou da memória discursiva, que afirma a TV como prejudicial e o livro como enriquecedor, mas também legitima um dado cultural a respeito da TV na nossa cultura: o *imperativo “Desligue a TV” materializa e testemunha que a TV sempre está e estará ligada, e o livro sempre fechado*. Essa atemporalidade permite-nos entrever que, a despeito do discurso “politicamente correto” da MTV, que marca sua posição ideológica, de realidade, como uma emissora de engajamento e responsabilidade sociais para com a formação crítica dos jovens (seu público alvo), a estrutura invisível sobre a qual a fala da MTV se sustém é a eternidade inesgotável da TV ligada: *embora a MTV, em sua posição de realidade, mande desligar a TV, discursivamente ela a mantém ligada*.

Esse indício nos aponta para a incidência da história, da palavra do Outro nessa enunciação, bem como para o papel da ideologia de silenciar essa incidência. Ao legitimar e estabilizar a MTV e a interpretação que os sujeitos dela fazem sob o sentido de uma emissora que merece credibilidade social, a ideologia interdita o sentido mercadológico e histórico de manter a TV ligada e o livro fechado, marcado pela irreversibilidade do enunciado dado para a região de sentido ilustrada pela formulação: “Feche o livro e ligue a TV”, que não faria sentido diante da eficácia da realidade social atual.

Nessa altura, tocamos um ponto essencial ao qual está referida a enunciação “Desligue a TV e vá ler um livro”, que foi resumido por Freud ([1921]1996) sob a fórmula: a linguagem é sempre fiel à eficácia de uma realidade qualquer. Portanto, a relação de forças entre os papéis da TV e do livro, que, aparentemente, numa interpretação linguageira, a MTV realiza, no trabalho de análise podemos ver que essa disputa já promoveu seu vencedor, a TV, na medida em que o papel que esta desempenhou na história está intimamente ligado à manutenção da eficácia da realidade social atual, regida pelas leis do mercado. Em função disso, discutimos que a fala da MTV incide sobre a eficácia do que hoje chamamos de sociedade liberal, da qual a TV é um eixo paradigmático, como nos demonstra Dufour (2008).

A sociedade liberal se caracteriza como um novo desenvolvimento do capitalismo que promove a exaltação da liberdade individual, ali mesmo onde somos “telecomandados” (DUFOUR, 2008). As indústrias culturais que dão consistência a essa nova fase do capitalismo na história, da qual a TV ainda é o maior exemplar, embora a internet venha a passos largos ocupando esse lugar, “[...] afetam as modalidades de subjetivação e transformam a relação consigo mesmo tal como a conhecíamos desde o advento da modernidade” (DUFOUR, 2008, p. 24). Esse autor realiza uma discussão pertinente, pontuando que a TV promoveu a mutação da instituição familiar, o que, conseqüentemente, promoveu a mutação do sujeito que dela é produto, segundo nos orienta a psicanálise.

A TV é a nova família, promovendo a substituição da família real, cheia de problemas e hierarquias tácitas e singulares, com a quais deveríamos nos haver como sujeitos nelas inscritos, por uma família

virtual “[...] incessantemente renovada, uma nova comunidade imensa e volátil [...]” (DUFOR, 2008, p. 29), compartilhada por vários outros telespectadores. Feitos irmãos nessa família virtual, a TV não só promove a deserção das relações familiares reais, como também, conforme Dufour (2008, p. 30), “[...] ao fornecer-lhes essa “família”, constitui aqueles que a veem como uma grande família. Uma grande família em que as pessoas aprendem a se conhecer – no duplo sentido de ‘se conhecer uns aos outros’ e de ‘se conhecer a si mesmo’”.

Em contraposição à família real cujas relações de autoridade, ao impor limites simbólicos, promoviam discussões e o engajamento do sujeito para encontrar seu lugar nessa ordem, a nova família virtual fomentou, aos poucos, na história, o desaparecimento dessas relações de autoridade, promovendo sua substituição por relações mercantis, traduzidas pelas mais variadas formas de programas de expressão de si, que se formalizam em função de um *ideal de transparência*, segundo o qual todos somos iguais, sem discussões (DUFOR, 2008).

Diante desse ideal de transparência, Dufour (2008) afirma que a TV promove a instalação de um novo estádio do espelho lacaniano, a saber, *um estádio do espelho televisual*. A adesão do sujeito consigo mesmo no estádio do espelho acontece pela via de um erro fundamental, na medida em que todo bom espelho inverte a imagem. Como relata o autor:

[...] eu me identifico comigo mesmo com exceção apenas da esquerda e da direita. Se eu me desse conta de que o tipo diante de mim levanta o braço esquerdo ali onde levanto meu braço direito, eu não o tomara por mim e estaria acabada a adesão íntima de mim a mim experimentada no espelho. [...] sou, em suma, moldado em cima de um erro, um erro necessário que como diz Lacan, em “O estádio do espelho”, “inscreve toda a vida numa linha de ficção”. Daí vem provavelmente o fato de que nunca vou poder dizer tudo

sobre mim, já que no fundo da certeza que me constitui como tal, há um erro (DUFOUR, 2008, p. 32).

No estúdio do espelho televisual, não há inversão da imagem, logo o eu não é um outro, mas eu mesmo: essa transparência total desarticula a relação com outro como constitutiva do sujeito, o que culmina na relação de que não sou eu que me reconheço no outro, mas *os outros que me reconhecem* numa relação de transparência total (DUFOUR, 2008). No espelho audiovisual, tão buscado hoje,

[...] são os outros que me dizem (me ditam) quem e o que eu sou. Vejo-me na câmera como os outros me veem. Eu me vejo como um outro entre outros, um outro que devo gerir, de maneira finalmente impessoal, *como se fosse eu* (DUFOUR, 2008, p. 45).

A identificação imaginária promovida pelo estúdio do espelho adquire consistência pelo fato de que o outro de mim, com o qual me identifico sob um erro necessário, é nomeado pelo Outro materno, cuja palavra me assegura que aquela alteridade seja eu (LACAN, 1998). No caso do estúdio do espelho televisual, acrescentamos que a consistência da fórmula *o outro sou eu* é assegurada pelo Outro, na medida em que o mercado das imagens e expressões de si é chamado a ocupar esse lugar no estúdio do espelho televisual. Todos somos irmãos, iguais diante desse Outro que nos agrega em família, na família virtual, presidindo os mecanismos de subjetivação.

Segue-se que, quanto mais traços de identificação com os outros eu acumular, quanto mais rápido eu responder ao que os outros querem de mim, mais eu me destaco, me celebro como autêntico, sem a necessidade de uma ascese crítica que, originalmente, definia o projeto moderno da autonomia do eu. Com o advento da sociedade liberal,

parece que perdemos o “direito de fabular”, de nos tomarmos pelo que não somos (DUFOUR, 2008), na medida em que o lugar da alteridade, lugar próprio da linguagem, da representação foi aos poucos dominado pela imagem, pela apresentação (MELMAN, 2008): o outro sou eu.

A imagem passou a presidir os mecanismos de subjetivação, o que guarda efeitos devastadores para a subjetividade atual, na medida em que estamos entregues a nós mesmos. Sem o reconhecimento da alteridade de si, cometemos um outrocídio, um assassinato dos possíveis; os outros reais aí se reduzem ao papel de cúmplices-duplos, de cúmplices-elementos (LEBRUN, 2008).

A dominação da TV sobre o livro na cultura atual nos indicia esse enfraquecimento social do simbólico, em proveito de uma promoção do imaginário (LEBRUN, 2008), correlato da promoção de uma liberdade imaginária na sociedade atual. O livro abarca uma relação de mediação simbólica, pela palavra, o que condena e salvaguarda o sujeito ao exercício de um engajamento próprio de forma a singularizar sua interpretação, a formar seus próprios objetos por palavras, ao passo que a TV disponibiliza imagens, estetizando esses objetos, assim oferecidos prontos aos sujeitos, dispensados de ter que se haver com suas singularidades ou com a alteridade de si. Como pontua Davallon (1999, p. 31):

[...] se a imagem define posições de leitor abstrato que o espectador é convidado a vir ocupar a fim de poder dar sentido ao que ele tem sob os olhos, isso vai permitir criar [...] uma comunidade – um acordo – de olhares: tudo se passa então como se a imagem colocasse no horizonte de sua percepção a presença de outros espectadores possíveis tendo o mesmo ponto de vista.

Esse acordo de olhares é o que está no avesso da família virtual promovida pela TV que, por sua vez, está referida à queda da demanda

por realidades possíveis, substituída pelo enaltecer constante da realidade, da posição de realidade atual, segundo a qual os indivíduos são livres para escolher quem querem ser, a despeito da transformação de sua condição de *Homo sapiens* em *Homo zappiens*, segundo expressão de Dufour (2007).

Para aprofundarmos essa nova condição, podemos lançar mão do *slogan* publicitário da maior rede de televisão do Brasil, a saber, “Globo. A gente se vê por aqui”, no qual há a marca de uma ambiguidade: há na trama desse discurso a realização da TV como um lugar de encontro pessoal entre o telespectador e a rede de globo de televisão como família virtual e, ao mesmo tempo, há a realização discursiva do efeito de sentido de uma dupla visibilidade na medida em que, simultaneamente, os sujeitos telespectadores dessa moldura audiovisual *se veem e estão sendo vistos*, em uma imagem reflexiva totalizadora e marcada pela reversibilidade total eu-outro. Tal como temos exposto, a marca da destituição da alteridade de si, nesse slogan, é propriamente o uso da locução “a gente” e do reflexivo “se vê”.

O uso da locução “a gente” na enunciação funciona como pronome indeterminado e também como substantivo que produz um efeito generalizante, ou seja, um efeito de sentido que estende a função do espelho audiovisual da rede Globo e sua imagem reflexiva a uma diversidade de sujeitos, o que, aliado ao uso do reflexivo “se vê”, cria o efeito de uma captura e até mesmo de um respeito a essa heterogeneidade: cada singular que compõe a unidade do “a gente” pode, nessa tela, se ver e, logo, ser visto, ser reconhecido. Porém, o uso do advérbio de lugar “aqui” atua como vestígio de que há uma territorialização desse espaço de identificação e reconhecimento.

Circunscritos nas bordas do espelho audiovisual da rede Globo, que nada deixa de fora, esse discurso se tonifica sobre a estrutura de que não é em qualquer outro lugar que “a gente se vê”; é “aqui”, i. é., na Globo, enquanto espelho transparente que nada deixa de fora.

A tentativa de homogeneização do heterogêneo realizada pelo *slogan* se alia ao desejo de visibilidade dos sujeitos, na medida em que a rede de sentidos, valores e imagens culturalizadas de que essa emissora dispõe pode ser apreendida a partir da análise do *slogan* como algo da ordem de uma nomeação plena pelo Outro televisual, ou seja, pela realização fantasmática do sonho de uma unidade identitária plena e reconhecida, a despeito do assassinato da singularidade e dos possíveis do desejo que aí se engendra diariamente. Afinal, quem deseja uma vida que ninguém vê no contexto social atual regido pela lógica de que são os outros que me reconhecem como eu, ou seja, pela lógica em que o outro sou eu?

O zapear pelas personalidades de empréstimo que circulam diariamente na tela da TV simula uma representação possível dos sujeitos, mas o que se realiza é uma apresentação destes: transparentes a si mesmos e aos outros, aos olhos do espelho televisual, não há espaço para faltas, para demandas por outros sentidos ou por outros lugares de sentido. A demanda por realidades possíveis desmantela-se numa simulação do social e do singular, que a TV orchestra de forma (a)política ajudando ou (des)nortearndo os sujeitos telespectadores.

Considerações finais

O trabalho de análise aqui elaborado permite-nos entrever que, para além, ou aquém do véu ideológico, cuja ordem gramatical e discursiva estabiliza uma leitura de realidade, existe uma estruturação social e individual, estritamente correlatas e que não podem ser despolitizadas. O lugar do analista do discurso e do procedimento parafrástico vem aí se inscrever, como um elaborador de possíveis, uma “desautomatizador” da realidade. Como bem ilustrou Musil (1989, p. 15), em “O homem sem qualidades”:

É a realidade que traz as possibilidades, e nada mais errado do que negar isso. Mesmo assim, no total ou na média serão sempre as mesmas possibilidades repetidas, até chegar uma pessoa para qual uma coisa real não signifique mais do que o imaginado. Será ela quem dará sentido e destinação às novas possibilidades, que há de provocar. [...] Senso de possibilidade é uma espécie de senso de realidade, dirigida à realidade possível e não às possibilidades reais que a maioria das pessoas possui.

Referências

- DAVALLON, J. A imagem, uma arte de memória? In: ACHARD, P. [et. al.] *Papel da Memória*. Campinas, SP: Pontes, 1999. p. 23-37.
- DUFOUR, D.-R. *A arte de reduzir as cabeças*. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2007.
- _____. *O divino mercado: a revolução cultural liberal*. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2008.
- FREUD, S. *Psicologia de grupo e análise do eu* (1921). Rio de Janeiro: Imago, 1996. p. 79-156 (Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud, Vol. XVIII).
- HENRY, P. Os fundamentos teóricos da “Análise automática do discurso” de Michel Pêcheux (1969). In: GADET, F.; HAK, T. (Orgs.) *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Ed. UNICAMP, 1993. p. 13-38.

- LACAN, J. O estágio do espelho como formador da função do eu. In: LACAN, J. *Escritos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- LEBRUN, J.-P. *A perversão comum: viver juntos sem outro*. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2008.
- MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Pontes: Editora da UNICAMP, 1989.
- MALDIDIDER, D. Elementos para uma história da análise do discurso na França. In: ORLANDI, E. P. (Org.) *Gestos de leitura: da história no discurso*. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1997. p. 15-28.
- MELMAN, C. *O homem sem gravidade: gozar a qualquer preço*. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2008.
- MUSIL, R. *O homem sem qualidades*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.
- ORLANDI, E. P. *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. Petrópolis: Vozes, 1996.
- _____. *Análise do Discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 1999.
- PÊCHEUX, M. & FUCHS, C. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975). In: GADET, F.; HAK, T. (Orgs.) *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1993. p. 163-246.
- PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso (AAD-69) (1969). In: GADET, F.; HAK, T. (Orgs.) *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1993. p. 61-161.
- _____. *Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio* (1975). Campinas: Editora da UNICAMP, 1988.
- _____. *O Discurso: estrutura ou acontecimento* (1983). Campinas, SP: Pontes, 2002.
- SARTI, M. M. *Para além dos objetos: as (de)formas do inconsciente no discurso publicitário e a formação de uma língua-objeto*. Tese (Doutorado) – Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, 2011.

Recebido em 11/08/2015. Aprovado em 02/03/2016.*

* Este artigo foi enviado pelos autores para a chamada do número temático de julho/2015, porém, como não se adequava à proposta temática da edição de número 28, foi reencaminhado, mediante consentimento dos autores, para avaliação e possível inserção nesta edição, de número 29.