



Programa de
Pós-Graduação em
Linguística

**RELAÇÃO DE LÍNGUAS NO ESPAÇO ENUNCIATIVO DA PROPAGANDA:
A ARGUMENTAÇÃO, A ENUNCIÇÃO E O POLÍTICO**

André Stefferson Martins Stahlhauer

SÃO CARLOS-SP

2010



Universidade Federal de São Carlos

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA

André Stefferson Martins Stahlhauer

RELAÇÃO DE LÍNGUAS NO ESPAÇO ENUNCIATIVO DA
PROPAGANDA: A ARGUMENTAÇÃO, A ENUNCIÇÃO E O POLÍTICO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal de São Carlos, como parte dos requisitos para a obtenção do Título de Mestre em Linguística.

Orientadora: Prof.^a Dr^a Soeli Maria Schreiber da Silva

São Carlos - São Paulo-Brasil

2010

**Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da
Biblioteca Comunitária da UFSCar**

S781rl

Stahlhauer, André Stefferson Martins.

Relação de línguas no espaço enunciativo da propaganda : a argumentação, a enunciação e o político / André Stefferson Martins Stahlhauer. -- São Carlos : UFSCar, 2011.
71 f.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de São Carlos, 2010.

1. Linguística. 2. Acontecimento. 3. Semântica. 4. Nomeação. 5. Língua portuguesa. 6. Língua inglesa. I. Título.

CDD: 410 (20^a)

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Soeli Maria Schreiber da Silva

Profa. Dra. Gladis Maria de Barcellos Almeida

Prof. Dr. Eduardo Roberto Junqueira Guimarães

Soeli Maria da Silva
Gladis Maria de Barcellos Almeida
Eduardo Roberto Junqueira Guimarães

Aos meus verdadeiros amores
José Carlos Stahlhauer e
Selma Antonia Martins Stahlhauer

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, primeiramente, a Deus por permitir a realização deste trabalho, e por reger todos os acontecimentos da minha vida.

À minha querida orientadora Profa. Dra. Soeli Maria Schreiber da Silva (Soila), com quem tive a satisfação de ter contato desde o primeiro ano de graduação, pelo incentivo, acompanhamento, amizade, cumplicidade e orientação durante todos estes anos.

Aos meus professores da graduação e da pós-graduação Marília Blundi Onofre, Vanice Maria O. Sargentini, Gladis Maria de B. Almeida, Valdemir Miotello, Maria Isabel de Moura, Ana Claudia Nascimento e, sobretudo, à Soila, pela amizade, auxílio nas horas difíceis, grandes aulas e discussões que fazem parte, de algum modo, desse trabalho.

À Profa. Dra. Camila Höfling, da área de Língua Inglesa e suas Literaturas, pela leitura e ajuda na descrição do corpus.

Ao Jocenilson Ribeiro dos Santos, amigo do PPGL, pela revisão e força nos momentos finais do trabalho.

À banca, o professor Dr. Eduardo Roberto Junqueira de Guimarães e Gladis Maria de Barcellos Almeida pela leitura necessária e fundamental.

À Nani, secretária do PPGL, e ao Fernando, secretário do DL, por sua capacidade, disponibilidade e boa vontade em me ajudar sempre.

Às minhas amigas da vida e da Unidade de Estudos Históricos Políticos e Sociais da Linguagem, Claudia Freitas Reis e Luciana Montanheiro, pelo companheirismo e amizade em todos os âmbitos da minha vida. Aos colegas da UEHPOSOL pelos momentos de caríssimas discussões sobre este trabalho e sobre as teorias com que trabalhamos.

Aos meus amigos de São Carlos, da graduação em Letras, do Bacharelado em Lingüística, e de outros cursos, que conquistei para a minha vida: Débora Duarte de Medeiros Pollini, Mariúcha Magrini Neri, Ana Amália Fontanari, Luciana Gulhote,

Flavia Hatsumi Izumida, Sérgio Almeida, Lívia Maria Falconi Pires, Paula Fernandes da Costa, Emily de Carvalho Pinto, Amanda Castilho Salles, Lorena Gobbi Ismael, Gabriela Cabral de Oliveira, pelas toxisses, almoços, cafés-da-manhã, madrugadas, conversas, balada, aulas, loucuras de viagens, etc.

Aos meus amigos de Araraquara, Marcia de Lucca Barbarini, Juliana Olivi Malta, Isabela Piva Calixto, Camila Dantas Leite e Luiz Eduardo Benini pelos momentos de paciência, ajudas nas mais precisadas horas.

Aos meus colegas de mestrado da turma 2008: Sidnay Fernandes, Sandra Mara Borges, Luciana Montanheiro, Maysa Rampim, Mariúcha Magrini Neri e Milena Borges, pelas discussões.

Meu agradecimento especial à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) pelo crédito a esse trabalho através do fomento da pesquisa.

O meu obrigado a todos.

O homem sentiu sempre – e os poetas frequentemente cantaram – o poder fundador da linguagem, que instaura uma sociedade imaginária, anima as coisas inertes, faz ver o que ainda não existe, traz de volta o que desapareceu.

Émile Benveniste

RESUMO

O que significa falar português ou inglês no Brasil nos dias de hoje? Essa questão faz parte de nossas inquietações neste trabalho. Discutimos nele, a partir de uma Semântica da Enunciação, a construção de sentidos no funcionamento das línguas postas em relação pela distribuição política das mesmas, nas nomeações e enunciações *slogan* na revista *Novas idéias* do grupo *Polishop*. Privilegiamos as discussões acerca de nossas posições sobre o sentido, a língua e, por isso, sobre a significação na relação entre línguas, no espaço de enunciação que regula os dizeres nessas línguas, distribuindo-as desigualmente. Para tanto, discorreremos, também, sobre Semântica Argumentativa, mostrando como a relação entre falantes e línguas, os espaços de enunciação, distribuem os dizeres enunciados por locutores determinados pelos lugares sociais, e pelos modos de dizer, de que falam nos textos que formulam. Este trabalho aborda, portanto, discussões sobre enunciação e acontecimento e de que modo esses efeitos de sentido constituem outros, ao serem produzidos na língua, já que esses processos significam o funcionamento das línguas sempre em relações, que são desiguais, hierárquicas e excludentes. Desse modo, falar (nomear e predicar) em português ou inglês é estar dividido por esses sentidos constituídos nessas línguas que funcionam nesse texto, a revista, determinado por um espaço de dizer, no qual a língua portuguesa significa numa relação com o Estado e a língua inglesa pela mídia, pelo sentido da universalidade dessa língua.

Palavras-chave: Acontecimento. Enunciação. Político. Relação entre línguas. Argumentação.

RÉSUMÉ

Que signifie-t-il parler le portugais ou l'anglais au Brésil d'aujourd'hui? Cette question fait partie de nos préoccupations dans ce travail. Nous en avons discuté, à partir d'une Sémantique de l'énonciation, la construction du sens dans le fonctionnement des langues vis-à-vis une distribution politique, les nominations et les énonciations publicitaires dans le magazine *Novas idéias* du groupe *Polishop*. Nous la discussion sur ce que nous considérons le sens, la langue, et donc sur la signification de la relation entre les langues dans l'espace de l'énonciation qui gère les dire en elles et qui les divise. À cette fin, nous avons parlé aussi de la Sémantique argumentative, en montrant comment la relation entre les haut-parleurs et les langues, les espaces d'énonciation, distribuent les énoncés pour haut-parleurs fixés par les lieux sociaux et les manières de dire, d'où ils parlent dans les textes. Ce document traite, par conséquent, des discussions sur l'énonciation et les événements et la façon dont ces effets de sens en engendrent d'autres pour que la langue se produise dans la langue, car ces processus signifie le fonctionnement des langues établi dans des rapports inégaux, hiérarchiques et exclusants. Ainsi, s'exprimer en portugais ou en anglais comprend ces deux sens donnés dans ces langues qui fonctionnent dans ce texte, le magazine, déterminé par un espace à-dire où la langue portugaise s'est saisie dans un rapport avec l'État et l'anglais à travers les médias et comme résultat de l'universalisation de cette langue.

Mots-clés: Événement. Énonciation. Le politique. Relations entre les langues. Argumentation.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
CAPÍTULO 1: OS SENTIDOS NA RELAÇÃO ENTRE LÍNGUAS:OS ESPAÇOS DE DIZER.....	13
4	
1.1. Émile Benveniste e a enunciação.....	14
1.2. Mikhail Bakhtin e a enunciação: situação concreta e o contexto sócio-histórico.....	166
1.3. O sentido e a história em Eduardo Guimarães	20
CAPÍTULO 2: LÍNGUAS, SIGNIFICAÇÃO E SENTIDO: UMA QUESTÃO DE ACONTECIMENTO	24
2.1. Um percurso sobre a noção de acontecimento	24
2.2. Nomeação e acontecimento na relação entre línguas.....	30
CAPÍTULO 3: A ARGUMENTAÇÃO	33
3.1 A Argumentação na língua.....	33
3.2. Argumentação, cena e político.....	37
CAÍTULO 4: ANÁLISES	
4.1 Os sentidos dos nomes dos produtos na relação entre línguas	39
4.2 A nomeação plurilíngue de produtos e argumentação na propaganda	53
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	6465
REFERÊNCIAS.....	67
ANEXOS	71

INTRODUÇÃO

A propaganda é nosso interesse desde que iniciamos nossa trajetória acadêmica na Iniciação Científica¹, na qual discutimos o processo de construção de sentidos no acontecimento e no espaço enunciativo de São Carlos-SP analisando a relação entre línguas em embalagens, *banners*, *outdoors* e fachadas.

No presente trabalho, observamos os sentidos das nomeações dos produtos da revista *Novas Idéias* do grupo *Polishop* no funcionamento da relação entre a língua inglesa e a língua portuguesa, mostrando tais processos de significação. Consideramos a relação entre línguas a partir de um funcionamento histórico. Procuramos entender de que modo estas línguas produzem sentidos ao serem distribuídas e como esses modos de distribuição configuram modos de acesso à palavra na relação entre falantes e línguas, os espaços enunciativos.

Diferentemente de domínios² que observam esses fenômenos como resultantes de questões sociais - sexo, idade, classe social, nível de escolaridade - que se refletem na língua; para nós, estes funcionam como parte constituinte do processo histórico e social. A partir de nossas filiações teóricas³, a relação entre línguas se caracteriza pela desigualdade que a distribuição política promove, o que abre, inevitavelmente, o espaço do *litígio*, *do conflito* no funcionamento da língua, apagados pela aparente homogeneidade, naturalidade e instrumentalidade na

¹“Argumentação e enunciação no acontecimento e no espaço enunciativo de São Carlos: o texto publicitário na relação do português e outras línguas” (FAPESP 05/5033-9, de 2005 a 2007) sob orientação da Professora Doutora Soeli Maria Schreiber da Silva.

² Como os modelos mais formais, a sociolinguística, a linguística histórica, por exemplo.

³ Tal como é tratada a Semântica da Enunciação em Guimarães (2002).

distribuição do português pelo Estado⁴ e do inglês pela mídia, nas propagandas da revista *Novas Ideias* do grupo *Polishop*, um texto no qual estão representadas essas línguas.

Nosso objetivo é discutir o funcionamento dos sentidos produzidos nessas línguas a partir de uma posição enunciativa que considera este funcionamento como político. Nessa perspectiva, tal funcionamento configura o espaço de enunciação como um espaço no qual funcionam diferentes línguas que estabelecem relações hierárquicas pela distribuição desigual que configura essa política de divisão das línguas. Em outras palavras, ao nomear, em inglês, os locutores desses enunciados “afirmam seu pertencimento” a um grupo e não a outro, identificando-se como falantes de língua inglesa para nomear os produtos vendidos no Brasil, um espaço de enunciação configurado pelo “imaginário de língua (una) do Estado”: a língua portuguesa falada no Brasil, a língua do Estado e Nacional. Falamos uma língua que é muitas, no sentido de que essa língua é dividida, enunciada por um falante afetado por diferentes posições sócio-históricas.

Observamos a enunciação como acontecimento⁵, privilegiando a discussão sobre como o sentido é produzido na língua, mostrando como os procedimentos semânticos de nomeação, designação, referência e argumentação são constituídos pela exterioridade da língua - a historicidade que está na base do funcionamento da enunciação. O funcionamento da propaganda nos interessa pelo modo como a mídia

⁴ O Inglês também é distribuído pelo Estado na relação com o ensino oficial, vinculamos esse modo de divisão da língua ao modo instrumental devido às nossas posições com relação aos modos de tratamento do inglês no ensino oficial brasileiro. No entanto, não nos deteremos nessa discussão aqui.

⁵ No sentido que Guimarães (2002) dá a esse conceito.

distribui as línguas e os sentidos e, por isso, como os falantes dessas línguas estão representados nesses dizeres.

Na revista que analisamos, encontramos um produtivo *corpus* no qual estudamos as relações entre línguas. Ao tomar a escolha do *corpus* como uma parte da análise, configuramos um procedimento: descrever o sentido de oito nomeações dos produtos formuladas em língua inglesa e as enunciações *slogans* produzidas em português nas designações, especificações, predicacões, argumentos e determinações dos produtos que nos interessam para explicar a política de línguas que distribui modos de dizer nesse espaço de enunciação.

Discutimos a produção de sentido na relação entre o inglês e o português, que configura o interpretável de um modo específico, significando os produtos vendidos pela *Polishop* na revista *Novas Ideias*. Articulamos, nas análises, as nomeações e enunciações *slogan*, pois na nomeação temos o inglês e nas predicacões, que constituem as enunciações *slogan*, o português que significa as especificidades do produto, produzindo os sentidos da relação entre esses enunciados.

Em seguida, descrevemos o funcionamento das línguas em relação, para mostrar que sua distribuição está representada desigualmente nos enunciados que recortamos. Veremos, então, que nesses processos de significação, as línguas que ali estão representadas produzem sentidos sobre elas e sobre seus falantes. A nossa questão não é de denúncia, uma tentativa de denunciar os “usos das formas do inglês e do português”, mas mostrar como funciona o litígio entre essas línguas e seus falantes, incluídos (na identificação do locutor-publicitário na língua inglesa) e não-incluídos (pela des-identificação com a língua portuguesa, num espaço

atravessado por ela e que dá garantias legais de seu funcionamento) nesses processos de significação.

Para tanto, discutimos como se dá o processo de constituição de sentido na linguagem, mostrando nossas posições teóricas, resgatando outras que julgamos importantes para caracterizar os conceitos com os quais operamos. No primeiro capítulo, fazemos uma discussão sobre o processo de constituição do sentido na enunciação, colocando o espaço de enunciação como determinante para tal processo. No segundo, propomos uma discussão sobre como o sentido é produzido na relação entre línguas no acontecimento de sua enunciação, tendo este conceito como foco. Falamos, também, sobre nomeação na relação entre línguas. No terceiro, discutimos as direções de sentido dos enunciados, discorrendo sobre a teoria da argumentação na língua. No quarto capítulo, inserimos as análises que mostram como as línguas são divididas ao serem significadas por locutores que falam de modos específicos nas nomeações e enunciações *slogan* da revista em questão.

CAPÍTULO 1: OS SENTIDOS NA RELAÇÃO ENTRE LÍNGUAS: OS ESPAÇOS DE DIZER

1.1 Émile Benveniste e a enunciação

Considerar o sentido na língua/linguagem faz parte de nosso interesse enquanto linguista. Nosso objetivo, nessa parte do trabalho, é fazer uma discussão sobre os modos de tratamento do sentido e das conceituações que pensamos ser mais válidas ao nosso propósito. Discutimos, então, como a enunciação, a história e o sujeito estão relacionados ao sentido na língua e nos estudos linguísticos. Fazemos essa discussão pensando nas línguas que envolvem esse processo, dando enfoque para a relação entre as mesmas na produção dos sentidos, caracterizando a língua e sua articulação com a história e com o sujeito.

O estudo do sentido, em função dos diferentes domínios da linguística que se ocupam do mesmo, tem sido feito de diversos modos. O que nos desperta o interesse para estudar a construção dos sentidos é justamente vinculá-lo à língua e, sobretudo, a seu estudo. Para nós, não há linguagem sem sentido e a recíproca também é válida. Assumimos uma posição materialista diante desses processos, ou seja, não privilegiamos a estrutura na produção do sentido. O nosso objetivo é considerar a relação intrínseca, mas não-unívoca, entre sentido e língua, enquanto materialidade simbólica produzida na relação entre a ordem da língua e a História. Privilegiamos neste trabalho o que configura um modo de conceber a linguagem e os sentidos que ela produz.

A leitura estabilizada que se faz sobre o conceito de enunciação se encontra ligada aos postulados do estruturalista francês Émile Benveniste. Os esforços de

Benveniste concentram-se em observar esses fenômenos pelo próprio funcionamento da língua em sua autonomia. Para ele, esse sistema é estruturado por formas que semantizam a língua, constituindo sentido na enunciação, na instância discursiva.

Em Benveniste (1974, p. 82), encontramos uma concepção de enunciação considerando-a uma relação do locutor com a língua. Para ele, “a enunciação é este colocar em funcionamento a língua por um ato individual de utilização”, a relação do homem com a língua: este se apropria dela e faz significar o dizer. É desse modo, um locutor que, ao se apropriar da língua, articula língua e sujeito na instância discursiva. O sujeito é aquele que coordena o tempo e o espaço na e pela enunciação, a qual é caracterizada pela relação sujeito/língua. O signo é dotado, a partir daí, de uma porção de significação dada e constituída pelo sujeito na enunciação.

Nessa perspectiva, a enunciação nos interessa, pois relaciona homem e língua. Os estudos de Benveniste são necessários para a constituição do que para nós corresponde à enunciação. No próximo item, discutiremos sobre outra noção de enunciação e, por isso, outra concepção sobre os sentidos produzidos pelo funcionamento da língua.

1.2 Mikhail Bakhtin e a enunciação: situação concreta e o contexto sócio-histórico

Bakhtin (2004) ao discorrer sobre o problema do estudo da linguagem enquanto abstração faz um panorama de duas posições sobre a língua, o subjetivismo idealista e o objetivismo abstrato⁶, considerando o que julga pertinente ou não para o estudo das ideologias e coloca a linguagem como o instrumento necessário para o estudo das mesmas. O desenrolar do pensamento bakhtiniano sobre a linguagem e conseqüente tratamento da enunciação desenvolve outros conceitos fundamentais para a teoria e para a constituição do sentido através da linguagem, um dos meios propulsores do sentido nessa epistemologia. A dialogia, a polifonia e outros elementos se fazem como condições fundamentais de linguagem que, para ele, são constitutivas dos dizeres construídos por enunciadores na interação.

O *status* da situação, nesse ponto de vista, passa da linearidade do tempo e do acaso determinado pelo funcionamento da estrutura, ao conflito sócio-histórico determinado pela luta de classes, compostas por sujeitos agentes da história. Ou seja, o que para Benveniste (1974) estava na autonomia do sistema e no acaso, para Bakhtin (2004), está na consciência individual, que é constitutivamente social.

A enunciação, assim como em Benveniste (1974)⁷, também tem aqui um caráter de irrepetibilidade, na medida em que a situação sócio-histórica, o *tema*, muda. Ancorado na relação entre enunciação e situação, a qual compreende sujeitos e história, o sentido se constitui materialmente pelo caráter semiológico da

⁶ Modelo ao qual nos deteremos.

⁷ Guardadas as devidas ressalvas teóricas de Benveniste (1966, 1974), que afirma que o sentido da enunciação é dado em cada nova instância discursiva.

língua, mas, sobretudo, pelos modos como ela, por sua constitutiva mobilidade, configura cada acontecimento comunicativo determinada pela situação concreta. Sendo assim, Bakhtin (2004) não toma os processos discursivos como sustentados por bases unicamente linguísticas, já que culminariam em isolar a língua da base do social e, com isso, os sentidos se restringiriam ao nível da língua, não podendo recuperar os sentidos que direcionassem para fora dela.

Para resgatar esse conceito, é importante retomar, novamente, a noção de situação para Bakhtin (2004), uma vez que o julgamento da mesma interfere diretamente na organização do enunciado e, por isso, deixa no produto do enunciado as formulações do processo de enunciação. Isso dá “a idéia de que a criação ideológica não existe em nós, mas entre nós” (BAKHTIN & MEDVEDEV, 1978, p. 97 *apud* BRAIT 2005). Segundo o autor, a situação é o conjunto daquilo que é preciso conhecer - os interlocutores, o contexto imediato, sua história anterior, etc. - para compreender bem um enunciado. Desse modo, é importante conhecer essa situação para compreender o sentido de um enunciado, uma vez que ela designa o social, sendo onde estão contidos os protagonistas da enunciação: o locutor e o interlocutor, constituindo, assim, o cenário do enunciado.

Podemos perceber, então, que a situação empírico/simbólica⁸ é o elemento fundamental na constituição de uma enunciação, já que, considerado por Bakhtin (2004) como objeto real da língua, dá-se como único e concreto somente porque está inserida numa determinada situação social, onde se legitimam as práticas sociodiscursivas através de suas formas de inclusão/exclusão de saberes. Desse modo, é preciso apreender suas relações de contradição para que se possa

⁸ Devido aos nossos propósitos, referimo-nos aqui à situação concreta em Bakhtin (2004) como uma situação empírico/simbólica para designar o funcionamento da enunciação.

investigar sob quais condições alguns saberes tornam-se hegemônicos ou legitimados e passam a exercer formas de controle sobre os outros.

Esse movimento de contradição se dá pela circulação de diversas vozes que não são homogêneas. Sendo assim, a enunciação para Bakhtin (2004) caracteriza-se como um espaço de dizer povoado, ao mesmo tempo, por múltiplas vozes, em reação umas às outras, colocando em uma relação simultânea o passado, o presente e suas ingerências históricas na enunciação. As vozes dispersas no espaço e no tempo, ao coincidirem ou não, se aglomeram e penetram no domínio da memória, reagindo a um sentido que passa por outro lugar.

Bakhtin (2004, p. 33), então, trata a enunciação como um espaço de dizer povoado por múltiplas vozes, em reação umas às outras. E, assim, afirma:

O idealismo e o psicologismo esquecem que a própria compreensão não pode manifestar-se senão através de um material semiótico (por exemplo, o discurso interior), que o signo se opõe ao signo, que a própria consciência só pode surgir e se afirmar como realidade mediante a encarnação material dos signos. Afinal, compreender um signo consiste em aproximar o signo apreendido de outros signos já conhecidos (...)

O sentido se fragmenta quando mobilizado em diferentes enunciações, se remodela através de sua inscrição no simbólico, onde também fica evidente o conflito entre a representação, a refração e a totalidade do real.

A característica inalcançável desse real se dá porque a condição de memória que permeia a enunciação não é controlada por leis fixas, não é imutável e estática, pois é significada desordenadamente por vários fragmentos já vividos de um presente e que permeiam esse passado, essa memória, cada qual de modo distinto. Segundo Zandwais (2005, p. 96), para Bakhtin a memória “representa a própria

condição de especularidade sobre a defasagem que sempre separa a experiência vivida de sua posteridade e de seus possíveis efeitos, de suas interpretações”

As condições históricas que determinam essas enunciações são essenciais para entendermos os modos de apropriação das contradições vividas em um dado momento histórico, por um corpo social, materializadas na linguagem; assim, a contradição só pode ser compreendida através da história.

Para Bakhtin (2004), é através da linguagem que as ideologias se inscrevem na história; sem esse movimento também não há força social e nem sentido. Pode-se dizer que o material histórico se faz no atravessamento simbólico que vincula os fatos, o vivido, a um contexto sócio-histórico, que encontra sua forma visível nas matérias linguísticas sob a mediação do signo ideológico. Daí o signo, por sua vez, é afetado incessantemente pela temporalidade, constituindo-se, então, num objeto em constante transformação. Isso se dá porque ele é sempre interpretado, o signo, como tentativa de suprir o espaço do vácuo: é a justaposição plena entre a ordem do simbólico e a ordem do real.

Segundo o autor, o signo acompanha todo ato ideológico, pois ele próprio é um ato ideológico. Isso implica diretamente na condição de intervenção da exterioridade sócio-histórica, no processo de atribuição de valores às palavras. O que o signo reflete/refrata não é somente o sentido, mas o próprio sujeito em seus modos de inscrição na ordem histórica, já que um sujeito, enquanto matéria simbólica, não possui existência própria fora de uma relação de interdependência com um corpo social.

A partir dessas reflexões sobre o sentido em Bakhtin (*idem*), entendemos que o sujeito e o contexto ideológico como constituintes da situação comunicativa, ou

melhor, como determinantes do funcionamento da palavra enquanto signo, estariam na base do funcionamento dos sentidos e da língua.

1.3 O sentido e o histórico em Eduardo Guimarães

Refletindo essas questões do sentido e como ele se produz na linguagem, entendemo-lo como uma relação entre a história, a língua e o sujeito. Sendo assim, concebemos essas condições de possibilidade do sentido de um modo específico. Para nós, o sentido se materializa na língua ao promover nela seu funcionamento - apegamo-nos ao que diz Eduardo Guimarães (1999) em *“Interpretar Língua e Acontecimento”*, retomando suas afirmações em *Os Limites do Sentido*:

o sentido de um enunciado são os efeitos de sua enunciação. “São os efeitos do interdiscurso constituídos pelo funcionamento da língua no acontecimento. Assim o sentido não é efeito da circunstância enunciativa, nem é só memória. O sentido são os efeitos da memória do presente do acontecimento: posições de sujeito, cruzamento de discursos no acontecimento”. (GUIMARÃES, 1995 *apud* GUIMARÃES, 1999, p. 21).

O acontecimento enunciativo se configura pela conviviabilidade de tempos que lhe é característica. A partir dele e dessa temporalidade, que não se faz pela cronologia dentro de categorias da língua, emerge, na enunciação, o falante, sendo esta configuração do sentido uma promoção do que se põe politicamente na linguagem. A configuração do sentido então não se faz pela situação empírica, concreta, na relação com o sujeito. Dá-se numa relação de linguagem em um espaço em que ela cria as possibilidades de sentido e significação, sendo este espaço caracterizado pela sua materialidade simbólica. Sendo assim, este espaço não é o contexto, mas é o espaço político no qual a linguagem funciona expondo-se ao real sobre o qual ela fala, significando-o.

Desse modo, nos filiamos a Guimarães (2002, p.13), no qual encontramos uma definição interessante sobre este espaço de sentidos:

são espaços de funcionamento de línguas, que se dividem, redividem, se misturam, desfazem, transformam por uma disputa incessante. São espaços “habitados” por falantes, ou seja, por sujeitos divididos por seus direitos ao dizer e aos modos de dizer. São espaços constituídos pela equivocidade própria do acontecimento: da deontologia que organiza e distribui papéis, e do conflito, indissociado desta deontologia, que redivide o sensível, os papéis sociais. O espaço de enunciação é um espaço político (...).

O espaço de enunciação, tal como é definido por ele, é um espaço político; nele a historicidade que faz a língua funcionar aparece sob a forma de interdiscurso. Este espaço político se faz a partir do agenciamento enunciativo, determinando a produção do sentido na língua, significando a posição-sujeito, na enunciação. Aí se articulam os falantes e os modos de dizer que trazem à tona uma normatividade como questão determinante para o funcionamento do agenciamento enunciativo, enquanto sentido. As línguas em movimento significam na medida em que colocamos em discussão o imaginário de língua una (uma) (GUIMARÃES, 2002; 2003) - que está para uma normatividade, no funcionamento da língua, no agenciamento enunciativo, no espaço enunciativo da mídia.

Procuramos entender como os sentidos aparecem no funcionamento das diferentes línguas, nesse espaço de enunciação, e como as mesmas significam ao serem postas em funcionamento por locutores. A mídia é um espaço, no qual os dizeres funcionam a partir de outros dizeres, enquanto relação de linguagem. Interessa-nos nela o geográfico enquanto sentido, enquanto um dos aspectos determinantes do imaginário sobre a língua e sobre os falantes. Desse modo, falar

em português ou em inglês ou em outras línguas, no Brasil, no espaço enunciativo da mídia, é estar afetado por estas divisões.

Quando observamos, por exemplo, o funcionamento das enunciações (I)⁹ *Brazilian secret* e (II) *a calcinha modeladora*, analisamos como, no dizer, estão distribuídas a língua e as línguas aos falantes e como eles se identificam nessas línguas ao dizer. Ele se faz assim como um espaço no qual línguas diferentes produzem sentidos pela modernidade que configura o dizer em inglês na relação com o português como a língua falada no Brasil. A mídia aparece, assim, pela globalização, no histórico que configura o dizer e o espaço de enunciação. Nesse caso, o catálogo ou revista que analisamos se configura nesse espaço específico de dizeres, o que promove a injunção ao sentido, no movimento argumentativo. Analisamos estas enunciações como acontecimento que configura modos específicos de acesso à palavra, as cenas enunciativas. Tomamos, novamente, a definição em Guimarães (2002, p.23):

A cena enunciativa é assim um espaço particularizado por uma deontologia específica de distribuição dos lugares de enunciação no acontecimento. Os lugares enunciativos são configurações específicas do agenciamento enunciativo para “aquele que fala” ou “aquele para quem se fala”. Na cena enunciativa “aquele que fala” ou “aquele para quem se fala” não são pessoas mas uma configuração do agenciamento enunciativo. São lugares constituídos pelos dizeres e não pessoas donas de seu dizer. Assim estudá-la é necessariamente considerar o próprio modo de constituição destes lugares pelo funcionamento da língua.

Nessa relação, o dizer configura a materialidade dos sentidos politicamente, evidenciando o sujeito, um locutor, que pelo modo de dizer e lugar social do dizer, pelo agenciamento enunciativo, configuram esses modos específicos de acesso à

⁹ A propaganda encontra-se em anexo, ver Figura 1.

palavra. *Novas ideias*, como um texto que representa a mídia, se faz pelo modo como a textualidade se configura politicamente, no movimento argumentativo, pela interdiscursividade que está neste movimento enquanto efeito de sentido.

Feitas essas observações que permeiam o sentido e sua constituição a partir da historicidade, faremos outras que também julgamos fundamentais para discutir nossas posições deste objeto.

CAPÍTULO 2: LÍNGUAS, SIGNIFICAÇÃO E SENTIDO: UMA QUESTÃO DE ACONTECIMENTO

2.1. Um percurso sobre a noção de acontecimento

A nossa posição sobre o sentido se caracteriza pela observação deste no interior dos estudos enunciativos. Ao identificarmo-nos com essa posição, discorreremos sobre como entendemos a enunciação. Aproximamo-nos dos estudos que tratam a enunciação como acontecimento. Fazemos neste ponto do trabalho, uma discussão sobre a construção da significação na linguagem, mostrando como se dá este processo ao pensar a relação entre línguas enquanto acontecimento de linguagem. Nosso objetivo principal é entender como essa relação se constitui como acontecimento, explorando sua configuração, discutindo também como este conceito aparece nos estudos sobre o sentido.

As considerações acerca deste conceito nas ciências humanas perpassaram a História, a Filosofia e a Linguística, caracterizando-o como uma verdade, a univocidade entre linguagem, pensamento e mundo, que o fez ser tratado como evento, grande feito, fato.

Na Linguística, domínio em que nos deteremos, podemos fazer um panorama sobre como a noção aparece, fazendo aproximações ou distanciamentos com a que escolhemos. Numa primeira instância, poderíamos compará-lo com o funcionamento da língua pelas relações sintagmáticas e associativas na cadeia da

fala¹⁰ e assim teríamos que, “colocado, num sintagma, um termo só adquire seu valor porque se opõe ao que o precede ou ao que o segue, ou a ambos” (SAUSSURE, 1995, p.142), e, nesse sentido, o funcionamento da língua seria a atualização da fala. Depois, a noção reaparece sob a forma do irrepitível, a enunciação (*versus* a repetibilidade do enunciado).

Em Benveniste (1974) e Ducrot (1984)¹¹, ela aparece pela relação intrínseca entre língua e sujeito. Em outras palavras, ao enunciar, o indivíduo recorta o real pela linguagem, enquanto parte dele, e o significa construindo sentido, evidenciando um sujeito que se constitui na e pela linguagem

No desenrolar desse paradigma, observamos em Ducrot (1984) no desenvolver da Semântica Argumentativa, o deslocamento da enunciação de um sujeito essencialmente pragmático, ao menos na análise dos enunciados, reformulando a teoria, afirmando que a enunciação não é o ato de alguém que produz um enunciado, mas o aparecimento de um enunciado. Assim, pela afirmação “A enunciação é o evento histórico do aparecimento de um enunciado”, desvincula-se a enunciação da noção de sujeito como proposta acima, dando lugar a uma noção que traz a história, como temporalidade, na produção dos sentidos na língua. A partir disso, faz-se necessário mostrar:

1) que uma noção de história aparece nos estudos de Ducrot;

¹⁰ Tal como proposto no Curso de Linguística geral.

¹¹ Autores os quais nos filiamos para exemplificar a enunciação, no interior dos estudos linguísticos. Ao falarmos de enunciação, aproximamos os dois nos modos de tratar da linguagem. No entanto, em Ducrot (1984), observamos outro modo de tratamento desta.

2) como se constitui o modo de tratamento do acontecimento (o que se põe como acontecimento linguístico) quando pensamos em história e linguagem - e por isso, em História e Linguística e, sobretudo, nas relações em que uma estabelece com a outra, conceitualmente.

No entanto, ao refletirmos sobre tais modos de analisar a linguagem e a significação na mesma, entendemos que os modelos com que discutimos, neste capítulo, de certo modo, tratam a significação no interior do sistema, atribuindo a este a tarefa de significar “na e pela língua”. Sendo assim, ou se tem uma noção de sistema fechado em si mesmo que significa em função das relações que se estabelecem no interior dele mesmo - e daí o sentido¹² não existe, pois se privilegia o valor que o signo adquire no sintagma – ou a noção se restringe ao valor que o indivíduo, a partir do momento em que fala se constitui como sujeito, imprime sobre o signo a vontade, o desejo de significar. A significação então seria o valor do signo ou a relação entre o sujeito e a língua. Desse modo, um signo de uma comunidade linguística, quando colocado em associação a outro de uma comunidade distinta, significaria na medida em que teria um valor linguístico dado pelo significante - mas não produziria sentido, a menos que já fizesse parte do sistema¹³ - e não fosse mais um elemento estranho a ele.

A questão que levantamos ao discutir essas posições quanto à significação está justamente no modo como concebemos a significação e o sentido na língua(gem). Contrariamente aos pressupostos em Saussure, Benveniste e Ducrot,

¹² No sentido dos pressupostos semânticos, desde uma semântica da enunciação até uma semântica que tem o histórico como responsável pela existência de sentido.

¹³ A partir do momento em que o dicionário reproduzisse a língua ou pela tradução do termo no mesmo lugar, no sintagma.

posicionamo-nos em um lugar no qual o sentido e a significação não estão no valor do signo, mas em outro lugar ou, de outro modo, não poderíamos admitir que houvesse sentido, ao ora significarmos em uma língua, ora em outra¹⁴; o que suscita a necessidade de, novamente, discutir sobre a relação entre a língua e a história.

Ao pensar em linguagem e história, podemos fragmentar as duas como disciplinas que têm seus escopos e objetos hermeticamente fechados, bem aos moldes positivistas ou podemos, ao invés disso, como preferimos fazer, constituir outras positivities. Desse modo, História e Linguística constituem suas relações por suas materialidades: a língua como parte de um processo histórico. Conceber a história e a língua como materialidade sócio-histórica é reconhecer que nem uma das duas é autônoma em si mesma. Sendo assim, acontecimento, história e língua se constituem ao mesmo tempo em que a língua é posta em funcionamento. Por isso, quando falamos em acontecimento, fazemos aparecer a história e o sentido, pela memória, na análise da relação entre línguas.

Pêcheux (2002, p.17,18-19) em *O Discurso: estrutura ou acontecimento*¹⁵ propõe três caminhos distintos de análise de discursos¹⁶. O primeiro seria considerar o enunciado¹⁷ como “ponto de encontro de uma atualidade e uma memória” O segundo emerge da questão da análise da estrutura e o terceiro se concentra na tensão entre descrição e interpretação. Ele escolhe por entrecruzar “os três

¹⁴ Retomamos aqui alguns modos de tratamento dessa relação. Os “estrangeirismos” (relação natural) como são tratados nos modelos formalistas que são absorvidos pelo ensino de línguas, no qual a tal relação ou é tida como aprendizagem ou como instrumento para comunicação, o que colocaria a tal relação como interlíngua.

¹⁵ PÊCHEUX, M. *O Discurso: estrutura ou acontecimento*. Trad. Eni P. Orlandi, 2002.

¹⁶ Retomamos PÊCHEUX (2002) para discutir a relação entre a semântica da enunciação e a Análise de Discurso no que se refere a noção de acontecimento discursivo e enunciativo.

¹⁷ Pêcheux analisa o enunciado “On a gagné”, pronunciado pelos franceses no dia em que François Mitterrand foi eleito à presidência da França, em dez de Maio de 1981.

caminhos (...) retocando cada um deles pela efetivação parcial dos outros dois” Isso aparece como resultado da reflexão sobre o discurso, em meio a discussões no interior da disciplina, sobre como estabelecer um método a partir de três disciplinas com suas especificidades: a Psicanálise, a Linguística e a História; e, a partir daí, operar com o discurso.

Este, ao invés de ser descrito como proposto pelo estruturalismo (inserido por Pêcheux no interior das epistemes que traziam as “coisas-a-saber”) passa a ser interpretado na medida em que o modo de análise, diferente em sua própria constituição, não construía uma gramática do discurso com metodologias, técnicas e determinações que tomam o real através do que ele chama de enunciados logicamente estabilizados. Sendo assim, a Análise do Discurso, ao analisar o discurso através do acontecimento, estabelece uma disciplina de entremeios, que se interessa pelo movimento da história.

Propondo uma análise fechada, afastar-se-ia o equívoco, a elipse e a falha constitutiva da língua. Ele propõe, em última instância:

A posição de trabalho que aqui evoco em referência à análise de discurso não supõe de forma alguma a possibilidade de algum cálculo dos deslocamentos de filiação e das condições de felicidade ou de infelicidade evenemenciais. Ela supõe somente que, através das descrições regulares de montagens discursivas, se possa detectar os momentos de interpretações enquanto atos que surgem como tomadas de posição, reconhecidas como tais, isto é, como efeitos de identificação assumidos e não negados (PÊCHEUX, 2002, p.57).

O conceito em questão passa a ser, então, um dispositivo teórico-analítico para analisar discursos. Adquire em Pêcheux um *status* diferente: o que era para a

história tradicional uma noção temporal, factual, determinada pelo empirismo e opacidade da linguagem, adquire nessa outra posição a condição de descrição/interpretação.

Para nós, a questão do acontecimento interessa na medida em que é ele, por sua constitutiva relação com a memória, o que produz sentido, determinando a interpretação, assim como observado na Análise do Discurso. E por isso tomamos Pêcheux (2007, p.50), em *O papel da memória*. Para ele, a memória:

deve ser entendida aqui não no sentido diretamente psicologista da “memória individual”, mas nos sentidos entrecruzados da memória mítica, da memória social inscrita em práticas, e da memória construída pelo historiador. O risco evocado de uma vizinhança flexível de mundos paralelos se deve de fato à diversidade das condições supostas com essa inscrição: é a dificuldade – com a qual é preciso um dia se confrontar – de um campo de pesquisas que vai da referência explícita e produtiva à linguística, até tudo o que toca as disciplinas de interpretação: logo a ordem da língua e da discursividade, a da “linguagem”, a da “significância” (Barthes), do simbólico e da simbolização...

Através disso, entendemos que a memória discursiva, enquanto interdiscurso, historicidade que determina o dizer, que está na formulação, no já-dito, institui as relações da língua com a exterioridade: a história e o sujeito. Desse modo, a memória e o interdiscurso estão sempre ligados às questões da linguagem. Estes conceitos nos interessam na medida em que são os responsáveis, juntamente com a língua, pelos gestos de interpretação, pela leitura dos textos.

Pensar na análise como interpretação requer trabalhar a significação, o sentido e pensar na linguagem e na exterioridade dela, na análise de materialidades discursivas. A materialidade do sentido que constitui sentido sobre a relação discurso/ história.

Convergindo para esta noção em Pêcheux (2002), consideramos a enunciação como acontecimento (GUIMARÃES, 1999; 2002); nesta posição a relação entre língua e sujeito não tem um caráter evenemencial, ela se faz pela relação de linguagem que estabelece a temporalidade: o passado, o presente e a futuramente, na enunciação (GUIMARÃES, 2002).

2.2 Nomeação e acontecimento na relação entre línguas

A noção de acontecimento que nos interessa nesse trabalho busca suas bases em modelos teóricos nos quais a linguagem tem um caráter material e tem relações diretas com as discussões de Michel Pêcheux (2002) que observa o funcionamento discursivo.

Nosso objetivo é entender o funcionamento enunciativo, relação entre língua e sujeito, uma vez que, para nós, a enunciação é acontecimento. Não é um ato de dizer (alguém diz algo, ao recortar o tempo e o espaço), é a condição de linguagem necessária à significação e ao sentido. Filiamo-nos à concepção de Acontecimento de Guimarães (2002), que a considera-o

enquanto diferença na sua própria ordem. E o que caracteriza a diferença é que o acontecimento não é um fato *no* tempo. Ou seja, não é um fato novo enquanto distinto de qualquer outro ocorrido antes *no* tempo. O que o caracteriza como diferença é que o acontecimento temporaliza. Ele não está num presente de um antes e de um depois no tempo. O acontecimento instala sua própria temporalidade: essa é a sua diferença.

Sendo assim, língua e exterioridade funcionam determinando o sentido.

Retomamos, como exemplo, os enunciados (I)¹⁸ *Brazilian secret* e (II) *a calcinha modeladora*, discutidos anteriormente. Esses dizeres são acontecimento porque sua significação se produz na temporalidade (passado, presente e futuro) que lhe é própria. Em outras palavras, os dizeres em inglês e português se relacionam pelas nomeações e predicções na língua, significando pela modernidade, contemporaneidade do inglês do mundo globalizado, enquanto sentido, determinado por estes recortes de outras enunciações rememoradas no acontecimento, os memoráveis (GUIMARÃES, 2002). Tais efeitos são trazidos para a significação através desses modos de dizer, o presente, e direcionam os sentidos, pela futuridade que a enunciação comporta, o interpretável. Esta conviviabilidade de tempos, tal como a língua, estão expostos à falha, ao equívoco, constitutivos desse dizer.

Ao estudar as nomeações das lojas de um *shopping center* da cidade de Campinas, Guimarães (2003)¹⁹ analisa os sentidos desses nomes através da determinação do sentido por um espaço de enunciação.

Em seu trabalho, o autor define a nomeação como um procedimento semântico constituído no acontecimento, ou seja, como uma relação de linguagem que significa algo na enunciação, “enquanto uma relação tomada na história” (GUIMARÃES 2003, p.21). Não pensamos então a nomeação como o ato de referir algo. Tomar a nomeação como enunciação é estudá-la a partir da temporalidade do acontecimento. Sendo assim, “dar nome a algo é dar-lhe existência histórica” (idem) identificando objetos. Nomear os produtos em inglês entra nessa relação histórica,

¹⁸ A propaganda encontra-se em anexo, ver Figura 1,

¹⁹ RUA. A Marca do nome. Campinas: Nudecri/Funcamp, n 9. Março 2003.

identificando esses produtos pelos sentidos que essa língua significa ao ser distribuída na revista, pelos modos de dizer e pelos lugares sociais do dizer do Locutor que enuncia nesse texto. E isso se dá na relação com os espaços de enunciação.

Os falantes não são indivíduos, as pessoas que falam esta ou aquela língua. Os falantes são estas pessoas enquanto determinadas pelas línguas que falam. Neste sentido falantes não são as pessoas na atividade físico-fisiológica, ou psíquica, de falar. São sujeitos da língua enquanto constituídos por este espaço de línguas e falantes que chamo de espaço de enunciação (GUIMARÃES 2003, p.22).

Tal como o autor define, este espaço se caracteriza pela globalização, pela internacionalização, que determina os sentidos desses nomes enunciados. Apegamo-nos às teorizações do mesmo autor, focalizando o litígio produzido na relação entre a língua inglesa e portuguesa no processo de produção de sentido dos nomes dos produtos designados na revista pelo locutor-publicitário. Nessa perspectiva, nosso olhar se foca sobre a política de divisão das línguas, na produção de sentidos dos nomes formulados em inglês, pela afirmação de pertencimento à língua do locutor-publicitário, agenciado pelo funcionamento do espaço enunciativo da propaganda, que distribui o funcionamento da língua inglesa no Brasil, lugar determinado pelo funcionamento do imaginário de língua una, a língua portuguesa, oficial do Estado Brasileiro. Um espaço de enunciação é uma esfera significada pelo modo “como funcionam as línguas tendo em vista que elas funcionam sempre em relação a outras, na medida em que funcionam em relação aos seus falantes” (GUIMARÃES 2006, p. 12)²⁰.

²⁰ GUIMARÃES, E. *Espaço de enunciação e Política de línguas no Brasil*, 2006.

Capítulo 3. A Argumentação

3.1 A Argumentação na língua

Os desdobramentos teóricos que aqui propomos se caracterizam pela relação entre a língua e seu exterior (a história). Como já proposto em outro lugar deste trabalho, de acordo com as posições com as quais trabalhamos, nosso interesse na linguagem é a significação e o sentido. A significação é assim a parcela que cabe à linguagem, na medida em que ela, a partir da memória, produz sentido.

Primeiramente discorreremos sobre o nosso modo de ver a argumentação. Falar sobre tal condição do sentido, a argumentatividade, nos obriga a discutir essa noção em Oswald Ducrot (1972; 1984; 1999) para filiar nossas perspectivas à argumentação linguística. A partir dos estudos ducrotianos, verificamos a preocupação em explicar a argumentação na língua. No desenrolar do paradigma estruturalista sobre os estudos da língua/linguagem, ele retoma a discussão sobre a noção de valor do signo na produção significação, o que confere à língua a realização da significação a partir da dicotomia língua e linguagem. A teoria de Ducrot, em seus vários momentos, trouxe muitas discussões acerca da significação e do sentido na língua. Ele discute e define essas questões a partir da seguinte afirmação sobre a teoria da argumentação na língua em Ducrot (1999, p.3)²¹.

A ANL destina-se precisamente a restringir o tipo de combinações discursivas a serem levadas em conta na descrição linguística, de maneira a que se torne possível uma caracterização sintagmática das frases que distinga uma das outras.

²¹REVISTA BRASILEIRA DE LETRAS. *Os topoi na "teoria da Argumentação na língua"*. São Carlos. Universidade Federal de São Carlos. n. 1, 1999.

Ducrot (*idem*) discute a descrição dos sentidos na língua a partir da noção de valor do signo transpondo-a ao enunciado, enquanto relação de linguagem, no texto em que o enunciado é produzido. Os enunciados são, assim, unidades constitutivas de textos que se fazem como encadeamentos discursivos, segundo as posições desse autor.

Nesse momento, a teoria da argumentação na língua (ANL) discute suas análises da argumentação em atos argumentativos. A teoria se preocupava em estabelecer o que era linguístico dentro de uma situação retórica. A argumentação ainda era observada em uma esfera que, ao admitir o ato de argumentar como situação comunicativa, mesmo não admitindo o caráter informativo da língua, tinha um caráter retórico. Para ele, nesse momento, o semantista deveria descrever o que, em uma argumentação, no sentido retórico, teria o valor linguístico.

Em outro momento, em que o autor discutia a noção de topos na teoria da ANL, a teoria da argumentação na língua, o funcionamento da língua tinha suas bases numa esfera psicossocial da linguagem, na medida em que “as garantias” ou lugares comuns argumentativos (a teoria dos “*topoi*” na língua) é o que produzia a significação e, por isso, direcionavam os sentidos para o que está fora da língua (relação entre língua, sujeito e mundo). No entanto, em Ducrot (1999), encontramos uma outra configuração de seus estudos.

No texto em questão, ele propõe três hipóteses (H1, H2 e H3) para pensar a teoria da argumentação. Na primeira (H1), a condição de argumentação está vinculada a um caráter retórico, ela “consiste em ver uma intenção atrás dos encadeamentos argumentativos”. A segunda (H2), consiste em admitir que a

argumentação é uma condição necessária para o funcionamento da língua, ou de outro modo: a argumentação na língua é necessariamente uma relação entre um argumento e uma conclusão, ou seja, um argumento orienta para uma conclusão, e isso pressupõe

supor que a passagem de um ao outro é justificada por algum princípio geral, já admitido pelo destinatário (eventualmente pessoas de bom senso), e que vale não só para a situação de que se fala, mas para um conjunto de situações às quais esta é considerada análoga [...]

Desse modo, H2 se faz pelo *topos*. Em H3, ele propõe a junção de H1 e H2. Sendo assim, teríamos encadeamento linguístico e argumentação, garantidos pelos *topoi*, no qual o papel do linguista é descrever o *topos* a partir de seu potencial retórico-argumentativo. No entanto, ele desfaz essas hipóteses a partir da consideração de que considerar H1, ao descrever, é uma contradição que põe em questão a ANL, pois admite um *status* retórico – e não linguístico – à argumentação. E desse modo, H3 estaria em cheque por fazer parte da junção entre H1 e H2, na condição argumentativa de descrição do sentido. E propõe, então, uma outra configuração da teoria a partir dos blocos semânticos.

Vinculado aos estudos de Marion Carel (2001) e outros, encontramos na teoria da ANL que a significação se faz através dos blocos semânticos, os encadeamentos que constituem sentido no discurso. Ele opera como o sentido de modo a estabelecê-lo, agora, como eminentemente linguístico, na relação com o bloco e este, assim, é²²:

²² (*ibidem*).

O que me leva a manter, na descrição, do encadeamento, objetos análogos²³ aos topoi da retórica é a ideia de que esta construção obedece a certas restrições impostas pelas próprias palavras de que o discurso é feito, e que constituem para mim a significação destas palavras.

É a partir dessa concepção que estabelecemos nossa maneira de pensar a argumentação. No entanto, consideramo-la de outro modo, ao colocá-la em relação ao sentido na língua e à historicidade que o constitui. Deslocamos nossa posição da de Ducrot, considerando-a como um elemento da textualidade, como efeito de sentido e não como uma condição linguística.

Em Schreiber da Silva (1999), encontramos uma reflexão sobre argumentação e suas bases na interdiscursividade da qual nos apropriamos para explicar como operamos com a argumentação e sua relação com a língua. Pois é por esta relação entre a linguagem e o que concebemos como o exterior dela, a interdiscursividade, que entendemos a argumentação. A pesquisadora analisa como se dá a significação de “Concubina” a partir da argumentação na jurisprudência. Encontramos, então, em suas reflexões que:

O modo de tratar a argumentação do *como se* e a constituição da argumentação no discurso jurídico contribuem para os estudos da argumentação enquanto significação linguística e ao mesmo tempo esclarecem a rejeição ao quadro teórico que conserva a forma, a situação e o tempo cronológico como pontos relevantes da análise semântica histórica dos enunciados e também mostram que a argumentação não se reduz a um meio de persuadir, como na retórica(...) (SCHREIBER DA SILVA, 1999, p.133)

²³ O que entendemos como os blocos semânticos.

Sendo assim, a língua funciona sob a condição que lhe é constitutiva, a historicidade, que põe a língua em funcionamento. Isso já nos revela que, quando tratamos de relação entre línguas, a significação está para essa mesma condição. O que rege o funcionamento das línguas, nessa medida, não é a situação, ou mesmo as relações distintivas que se estabelecem no sintagma. É a historicidade mais o caráter argumentativo, a significação, o valor do encadeamento de sentidos, que constituem a significação e a textualidade.

3.1 Argumentação, cena e político

Voltemos, então, a um conceito já discutido aqui. Consideramos a revista como um texto. Os enunciados que recortamos para analisar constituem cenas enunciativas. Sendo assim, o texto para nós se faz por meio dos encadeamentos argumentativos, como efeito do interdiscurso recortado pelos dizeres nas cenas, no acontecimento de linguagem. Os enunciados analisados funcionam, direcionando sentidos nos acontecimentos a partir das relações de linguagem.

Desse modo, ao se relacionarem, essas línguas, por essas condições da linguagem no acontecimento, produzem sentidos, orientando para os sentidos que aquelas formas comportam na história. O inglês, o português, e outras línguas funcionam adquirindo um *status* e um funcionamento semântico que analisamos, por nossa posição materialista, como uma relação de embate. Essa relação de embate, a partir da cena, enquanto litígio, hierarquiza essas línguas, como uma determinação do político enquanto sentido. E tomamos, novamente, Schreiber da Silva (2006,

p.33)²⁴ que analisa como os sentidos da palavra “povo” são mobilizados argumentativamente na fala de um locutor-jornalista.

Podemos, então, observar o aspecto político da argumentação e da designação a partir do qual se predica o locutor-povo. A designação aparecerá, para nós, como um modo de redividir o real, identificando esta redivisão. A questão é saber como o dizer do jornalista, ao tomar o dizer do povo como argumento, redivide o real ao designar povo. Ou seja, que povo é esse que fala, apresentado sempre como o mesmo?

É nessa perspectiva que operamos com o sentido na relação entre línguas. É a partir das designações e nomeações dos locutores que analisaremos essas redivisões do real, à medida que, sendo políticas, elas são desiguais, o que estabelece o embate. É a partir dessas noções que entenderemos como essas línguas, ao se relacionarem, funcionam enquanto sentido, configurando uma política de funcionamento para elas nesse espaço e cenas específicos, os enunciados dos textos da revista. Analisaremos, também, no capítulo 5, como esses dizeres funcionam trazendo os efeitos do social, no histórico, na direção argumentativa, configurando os modos de dizer específicos desse espaço de enunciação, pelo passado no acontecimento enunciativo, os memoráveis.

²⁴ SHREIBER DA SILVA, S. O povo-fala na TV: O político na argumentação. 2006.

Capítulo 4. Análises

4.1 Os sentidos dos nomes dos produtos na relação entre línguas

A revista “Novas Idéias” é uma publicação da Polishop distribuída gratuitamente nas lojas da rede Polishop, nos shoppings. A revista apresenta os produtos vendidos nas lojas e no site do grupo. As nomeações se encontram escritas na parte inferior direita da apresentação de cada produto e, na maioria das vezes, ela está em língua inglesa e é esse modo de escrita que significa a nomeação do produto na revista.

Conforme observamos nos exemplos²⁵ que escolhemos, as nomeações funcionam como um modo de nomear os produtos para que eles possam ser identificados pelos leitores (consumidores) ou pelas pessoas de um modo geral. Para analisarmos os sentidos dos nomes²⁶ em línguas diferentes, escolhemos oito enunciados da revista que significam essas línguas, nos e pelos nomes em inglês, articulados textualmente às enunciações *Slogan*, em língua portuguesa²⁷. Posteriormente, fazemos uma análise da Argumentação, a fim de mostrar de que modo o agenciamento enunciativo direciona os sentidos para a venda do produto, de modo específico pela relação entre português e inglês.

Analisamos, então, as seguintes nomeações e enunciações slogan:

²⁵ Nas figuras em anexo.

²⁶ Disponibilizamos os memoráveis de tradução que podem ser recortados nas nomeações que significam a língua inglesa para uma melhor compreensão dos nossos propósitos: (1') “fazedor de sucos Walita Philips”; (2') “Som Ambiente Hts Philips; (3') “Escova REVO de Cerâmica de ar quente, “escova de ar quente, “Escova REVO de ar quente que arruma”; (4') corpo limpo de pêlos; (5') Max barbeador seis; (6') barbeador compacto barbeador; (7') barbeador três lâminas de titânio; (8') estação chique estação de tostar.

²⁷ Nosso foco, na análise, está nos sentidos produzidos na relação entre as duas línguas, não levando em consideração os aspectos morfossintáticos dos mesmos.

- (1) **“Juicer Walita Philips”, “8x mais suco! Muito mais saúde!”**²⁸ (Figura 2);
- (2) **“AMBISOUND HTS PHILIPS”** e a enunciação *slogan* **“Você já imaginou ter na sua casa um sistema Surround 5.1 com apenas duas caixas frontais? Conheça Ambisound Philips, o lançamento mundial da Philips que chegou para mudar tudo o que você sabe sobre Home Cinema,** (Figura 3);
- (3) **“REVO CERAMIC HOT AIR BRUSH”, “REVO STYLER HOT AIR BRUSH”** que designam um único aparelho e **“modele e seque suas madeixas com apenas uma mão”** (Figura 4);
- (4) **BODYGROOM** e **“Bodygroom é o acessório perfeito para o homem moderno, que prima pelo bem-estar”** (Figura 5);
- (5) **MAX SHAVER SIX** e **“pele lisinha e macia, sem perder muito tempo”** (*idem*);
- (6) **BARBEADOR COMPACT SHAVER** e **“O seu barbeador para qualquer hora e lugar”** (*idem*);
- (7) **BARBEADOR 3 LÂMINAS TITANIUM** e **“Barbeado suave e duradouro com 3 lâminas”** (*idem*);
- (8) **ESTAÇÃO GOURMET TOASTATION** e **“Prepare para a família os mais diversificados pratos com sabor e textura inigualáveis!”** (Figura 6);

Quadro de nomeações 1.

Para uma melhor compreensão do funcionamento das nomeações, descrevemos, inicialmente, os aspectos que caracterizam esses enunciados morfossintaticamente.

²⁸ Todas as oito nomeações podem ser observadas na lista de figuras em Anexos.

Assim, agrupamos os nomes do seguinte modo:

(A) Grupos nominais com estrutura de língua portuguesa e nomeação que significa a língua inglesa:

(A') A derivação (1) “**Juicer Walita Philips**”²⁹ (Figura 2): Nome + Marca + Marca (especificadores). Na organização do grupo nominal em Inglês, teríamos *Walita Philips Juicer*;

(A'') (2) “**AMBISOUND HTS PHILIPS**” (Figura3): Especificador+ Nome (a abreviação de *Home Theater Soundbar* + Marca (especificador). Na organização do grupo nominal na estrutura do nome em Inglês, *Philips Ambisound HTS*;

(A''') (5) **MAX SHAVER SIX** (figura 5): Qualificador + Nome + especificador, que em inglês, significaria *Max six shaver*.

(B) Grupo nominal em inglês:

(B') (3) “**REVO CERAMIC HOT AIR BRUSH**” (Figura 4). Observamos que escova de ar quente REVO é designada, em inglês, por *hot air brush*, no texto que refere a escova. Na nomeação, então temos, Marca (especificador) + qualificador +qualificador + Nome.

(C) Neologismo: nome composto que significa a língua inglesa:

(C') (4) **BODYGROOM** (Figura 5). Nome composto por aglutinação: *body* + derivação do verbo *To Groom* (cuidar-se)³⁰, que na estrutura da língua inglesa deveria ser *Bodygroomer*.

²⁹ Todas as oito nomeações podem ser vistas na lista de figuras em Anexos.

³⁰ <http://pt.bab.la/dicionario/ingles-portugues/groom>

(D) Grupo nominal com nome em português, mais nome composto em inglês:

(D'') (6) **BARBEADOR COMPACT SHAVER** (*idem*): Nome (em português) + Nome composto (em inglês), estabelecendo uma relação de qualificação entre eles. Nome (em português) + qualificador (em inglês). Na estrutura do inglês, a nomeação só seria possível pela exclusão do nome em português, *Barbeador*, significando *compact shaver*. Na estrutura do português esse nome seria “barbeador compacto Barbeador”;

(E) Grupo nominal composto por nome mais especificação em português, mais especificação em inglês:

(E') (7) **BARBEADOR 3 LÂMINAS TITANIUM** (figura 5): Nome (em português) + especificação + especificação (em inglês), em português Barbeador de três lâminas de titânio.

(F) Grupo nominal composto por nome em português, mais especificação em inglês, mais neologismo em inglês:

(F') (8) **ESTAÇÃO GOURMET TOASTATION** (Figura 6): Nome + qualificador (em inglês) + qualificador (aglutinação *Toast + Station*, que significa a língua inglesa). Em inglês teríamos “gourmert toaster”.

Quadro morfossintático das nomeações 1.

Veremos como os sentidos são produzidos nessas línguas nos textos em que eles acontecem. Ou seja, na revista, esses enunciados constituem modos de acesso à palavra, constituindo o locutor-publicitário, agenciado pelo Estado e a propaganda (mídia).

Para tanto, retomamos as classificações feitas na p 42.

(A') A derivação (1) **“Juicer Walita Philips”**³¹ (Figura 2): Nome + Marca (especificador). Na organização do grupo nominal em Inglês, teríamos *Walita Philips Juicer*. E **“8x mais suco! Muito mais saúde!”**

Em (1), o sentido de “Juicer Walita Philips” identifica um “fazedor de sucos”, uma centrífuga de sucos que é nomeada em inglês, sendo designada por esta língua como se o sentido de uma “máquina de suco”, nessa cena específica, só pudesse ser produzido nessa língua. Na enunciação *slogan*, encontramos as predicções que se constituem a partir de designações em português, que caracterizam este produto pelas características e funcionalidades do produto, em “8x mais suco”.

Outro sentido é rememorado em português, pelo memorável da saúde em “muito mais saúde”. Tais cruzamentos caracterizam a nomeação do produto pelo locutor-publicitário, pelo modo universal, em inglês e pelo modo individual em português, ao imaginar um locutor-consumidor-exigente que busca um aparelho que lhe forneça saúde e praticidade. Esse deslizamento de um enunciador para outro é determinado pelo agenciamento dos sentidos produzidos na língua portuguesa. Em outras palavras, o português não significa a nomeação de um produto que “faz sucos”. Esse locutor também se revela, mostrando que não há formas nessa língua que signifique tanta tecnologia. No entanto, para pregar essa tecnologia do “juicer” o português funciona pela afirmação de pertencimento àqueles que falam essa língua para especificar o produto. Desse modo, o sentido do português é constituído

³¹ Todas as oito nomeações podem ser vistas na lista de figuras em Anexos.

na especificação, na relação com o interlocutor-consumidor que compra um aparelho de sucos, que se preocupa com a saúde.

(A") (2) “**AMBISOUND HTS PHILIPS**” (Figura3): Qualificador + Nome (a abreviação de *Home Theater Soundbar* + Marca (especificador). Na organização do grupo nominal na estrutura do nome em Inglês, *Philips Ambisound HTS*;

No caso do enunciado (2) retomemos as designações “AMBISOUND HTS PHILIPS” e a enunciação *slogan* “Você já imaginou ter na sua casa um sistema Surround 5.1 com apenas duas caixas frontais? Conheça *Ambisound Philips*, o lançamento mundial da Philips que chegou para mudar tudo o que você sabe sobre Home Cinema”.

Observamos a produção do sentido da nomeação do aparelho no cruzamento dos sentidos com a predicação e com a determinação, na enunciação *slogan* que cruza as duas línguas. A significação do produto é constituída pó uma memória das formas da língua inglesa, na nomeação, e nas duas línguas na predicação. O sentido da nomeação fica difuso pela construção da expressão que não recorta um memorável em língua portuguesa, não sendo formulado na estrutura da língua inglesa, nem da portuguesa.

O sentido da nomeação, pelo qualificador AMBISOUND, que se encontra no interior da revista, se constitui no interior da revista na relação com a determinação que outros enunciados constroem nesse texto³². nesse caso, o locutor-publicitário significa o aparelho *HTS*, designando-o como “sistema Surround”, como

³²Lembramos de um importante conceito utilizado para descrever o sentido dos enunciados que funcionam nos textos, os Domínios Semânticos de Determinação (DSD). Não nos deteremos nessa questão nesse trabalho, pois nossa discussão foca o modo como produzimos sentidos em duas línguas diferentes, podendo ser fruto de futuras discussões.

“lançamento mundial da Philips e como “Home Cinema”. Na relação com essas duas outras predicções, podemos ver que o sentido do nome, para o falante de português, é produzido no enunciado “Home Cinema” que pela semelhança com o português, o sentido de “Cinema” pode ser rememorado. Desse modo, para significar o nome de *HTS* o locutor-publicitário mobiliza dizeres em português, que garantem uma interpretação agenciada pelo modo como o dizer, em inglês e português, é escrito. Sendo assim, o português não significa o nome, nem em duas predicções, mas significa na relação com as funcionalidades do aparelho.

(B') (3) **“REVO CERAMIC HOT AIR BRUSH” e “modele e seque suas madeixas com apenas uma mão”** (Figura 4). Observamos que escova de ar quente REVO é designada, em inglês, por *hot air brush*, no texto que refere a escova. Na nomeação, então temos, Marca (especificador) + qualificador + qualificador + Nome.

Nesse caso, temos o sentido da nomeação em inglês, pelo grupo nominal, e especificações em português, pela predicção “faça penteados maravilhosos com a inédita escova de ar quente”; “É escova e secador num só produto! Mais que alisar e modelar, HOT AIR BRUSH oferece um tratamento completo as suas madeixas”. O que nos interessa nesses nomes enunciados é o modo como os sentidos são constituídos diferentemente em língua inglesa e portuguesa, articulados pelo nome comum “hot air brush. Não há tradução nas nomeações do inglês para o português, o que podemos identificar é uma especificação que mostra a função do aparelho em “faça penteados maravilhosos com a inédita escova de ar quente”, que significa pela predicção, a função e a referência do produto.

Na nomeação “REVO CERAMIC HOT AIR BRUSH”, verificamos um enunciado condensador que aparece no final do texto, significando o nome de venda

do produto. Nela, o dizer significa em inglês as características da escova pelos qualificadores *Styler* e *ceramic*, não mostrando os sentidos que significariam essas características em língua portuguesa, silenciando os sentidos em português, excluindo o falante dessa língua no dizer.

No *slogan* “modele e seque suas madeixas com apenas uma mão”, a escova HOT AIR BRUSH é predicada pelas propriedades do produto em português, como modelar e secar os cabelos, significando a praticidade desejada por um locutor-consumidor-exigente-falante de português.

(C') (4) **BODYGROOM e Bodygroom é o acessório perfeito para o homem moderno, que prima pelo bem-estar** (Figura 5). Nome composto por aglutinação: body + derivação do verbo *To Groom* (cuidar-se)³³, que na estrutura da língua inglesa deveria ser *Bodygroomer*.

Na nomeação (4) BODYGROOM, o sentido desse nome é articulado à enunciação que predica a nomeação por uma caracterização do aparelho depilador “acessório perfeito para o homem moderno que prima pelo bem-estar”. Os sentidos desses enunciados são produzidos pelo neologismo (Bodygroom) que significa a língua inglesa pela memória da forma dessa língua, mas não significa na relação com aqueles que falam essa língua como materna, ou mesmo um locutor-falante de inglês fluente, pois, pela estrutura regular da língua inglesa esse nome deveria ser *Bodygroomer*.

Nessa enunciação, verificamos o apagamento do sentido em relação ao locutor-consumidor-falante de português. A injunção à interpretação desse nome é caracterizada por esse apagamento, mostrando que a tecnologia do aparelho é

³³ <http://pt.bab.la/dicionario/ingles-portugues/groom>

determinada pela memória da estrutura da língua inglesa e a tecnologia rememorada pela mesma.

Na especificação do nome do aparelho, em língua portuguesa, pela predicação “Bodygroom é o aparelho perfeito para o homem moderno que prima pelo bem-estar”, o locutor-publicitário falante de português, fala de um lugar individual, projetando um locutor-consumidor- moderno que se cuida, significando as qualidades do aparelho, pela língua de nomeação. Esta língua, por sua vez, é significada pela memória da forma *Body + groom* que não se caracteriza como inglês e muito menos como português.

Nesse caso, as línguas inglesa, portuguesa (de predicação) e de nomeação (língua inglesa significada pela aglutinação), significam, mas não produzem o sentido do aparelho que cuida do homem moderno que não deseja ter pêlos.

(A'') (5) **MAX SHAVER SIX e “pele lisinha e macia, sem perder muito tempo”** (figura 5): Qualificador + Nome + Qualificador, que em inglês, significaria *Max six shaver*.

Nessa nomeação, vemos como o barbeador é significado a partir das características físicas do aparelho. Ao nomear o produto, o locutor-publicitário o diferencia de outro, pela especificidade do aparelho: seis lâminas que deixam a “pele lisinha e macia, sem perder tempo”.

Nesse caso o barbeador “MAX SHAVER SIX” é determinado pela facilidade que o aparelho confere. No memorável da tradução *Max barbeador seis* significa uma característica do aparelho: contém seis lâminas para aparar o pêlo. Na nomeação, o passado do acontecimento funciona como algo que mostra uma característica do referente e uma futuridade que antecipa a mesma, a partir da contradição que

configura o acontecimento. Em outras palavras, no equívoco, as posições recortadas na designação, pelo memorável, significam pelas formas do inglês na e pela nomeação. O sentido de “six” está posto no enunciado “*possui 6 micro lâminas que...*”, sendo assim, o dizer em inglês, pela futuridade do acontecimento que configura a textualidade.

Ao nomear o produto, o locutor-publicitário-falante de inglês língua estrangeira divide a mesma como uma língua de nomeação que organiza o grupo nominal em inglês *Max six shaver*. O mesmo é determinado pela tecnologia do inglês, pelo lugar de dizer universal. Ou seja, ora ele significa, no equívoco, em inglês, ora em português: em inglês, a nomeação e, em português, a especificação do produto.

(D') (6) **BARBEADOR COMPACT SHAVER e “O seu barbeador para qualquer hora e lugar”** (*idem*): Nome (em português) + Nome composto (em inglês), estabelecendo uma relação de qualificação entre eles. Nome (em português) + qualificador (em inglês). Na estrutura do inglês, a nomeação só seria possível pela exclusão do nome em português, Barbeador, significando *compact shaver*. Na estrutura do português esse nome seria “barbeador compacto Barbeador”;

Aqui o funcionamento de “barbeador *compact shaver*” significa um memorável de tradução. Pela qualificação em inglês *compact shaver*, o nome composto, qualifica, em inglês o nome em português (barbeador), significando as duas línguas na nomeação. Desse modo, o locutor-publicitário significa ora pelo modo de dizer individual, para os falantes do português, ao nomear em português, e ora pelo modo universal, na língua inglesa.

A universalização significada pelo inglês funciona determinada pelo imaginário de que o inglês é a língua universal, a língua do intercurso, ou seja, pela qualificação

em inglês “compact Shaver, o locutor reescreve o referente, barbeador, em português, qualificando-o. A sinonímia significada nas duas línguas é produto da identificação do locutor-publicitário com a língua portuguesa, a língua dos brasileiros, e com a língua universal, do intercuro, da tecnologia, a língua mundializada, que significa essa língua, mas não produz o sentido do barbeador, nem para os locutores-falantes de português, nem para os de inglês, alheios a esse dizer, enunciado pelo locutor-publicitário-brasileiro falante de inglês língua estrangeira, a língua alheia.

A predicação “o seu barbeador” é significada pela posição pelo locutor que significa os dizeres em inglês e português, configurando diferentes sentidos que significam a mobilidade e praticidade do aparelho, garantidas por “qualquer hora e lugar”. Através disso, podemos ver que a relação de sentido na nomeação *barbeador*, em português, e *compact shaver*, em inglês, se dá por uma articulação entre esses dizeres em diferentes línguas.

(E') (7) **BARBEADOR 3 LÂMINAS TITANIUM e Barbeado suave e duradouro com 3 lâminas** (figura 5): Nome (em português) + especificação + especificação (em inglês), em português Barbeador de três lâminas de titânio.

Nessa nomeação, temos o português significado em “barbeador” e em “3 Lâminas”, caracterizando a designação de um referente em português pelo nome e pelo especificador, respectivamente. Ou seja, nesse caso o produto pode ser identificado por sua função e especificidade para o locutor-consumidor-falante de português.

O especificador, em inglês, funciona pela rememoração do latim e do português (titânio), configurando uma homonímia, pela memória dessas línguas. Ou

seja, o titânio mostra a matéria prima com a qual o produto é feito, um produto especial, diferente de outros, que não causa irritações ou cortes na pele. Além de proporcionar um barbeado suave e duradouro, no equívoco. Ao ser significado em inglês, o especificador, tecnologiza, globaliza, mundializa e universaliza o barbeador.

Nas enunciações *Slogan*, o locutor-publicitário significa na divisão pelo modo de dizer individual, em *barba bem feita e sem cortes ou irritações, barbeado suave e duradouro com 3 lâminas*, direcionando sentidos para um locutor que coincide com aquele que nomeia em português. Em outras palavras, o desejo de todo homem “um barbear sem irritações na pele, e a barba bem feita” são garantidos pelo enunciado em português.

(F') (8) **ESTAÇÃO GOURMET TOASTATION e Prepare para a família os mais diversificados pratos com sabor e textura inigualáveis!** (Figura 6): Nome + qualificador (em inglês) + qualificador (aglutinação *Toast + Station*, que significa a língua inglesa). Em inglês teríamos “gourmet toaster”.

A nomeação (8) do forno significa pelo nome em português “Estação”, mais as qualificações *gourmet* e *toastation* que significam a língua inglesa. Ou seja, essa nomeação significa o locutor-publicitário-falante de português e inglês que designam um forno “estação”. O primeiro qualificador do nome, significando a especialidade e a qualidade do nome; e a segunda, significando uma qualidade que os falantes de português e os de inglês não reconhecem nas formas dessa língua, pois o neologismo significa pela rememoração da língua inglesa, pelo significante “toastation” que mostra a sonoridade dessa língua, mas não designa algo identificável por esses locutores.

Assim, essas nomeações significam as divisões do português, como língua de nome e do inglês como uma língua de nomeação, pois é essa língua que qualifica e o nome, nesse processo.

Os sentidos dessas línguas aparecem constituídos de um modo específico de acordo com os cruzamentos dos sentidos nas designações nas línguas significadas.

Na enunciação *slogan*, a nomeação é re-significada pela predicação em português. Nesse caso, o português significa pelas capacidades do aparelho que prepara pratos de “sabor e textura inigualáveis”, ou seja, projeta um locutor-consumidor que busca qualidade nos pratos (sabor e texturas inigualáveis) nos pratos que preparam.

Assim, o que não faz sentido na nomeação do aparelho, forno-estação de tostar, para um locutor-consumidor falante de português, nem para o locutor-falante de inglês, significa um locutor-publicitário falante de português, língua de nome, e um locutor-publicitário falante de inglês, língua de nomeação e um locutor-publicitário falante de português, língua de predicação.

O modo como esses nomes são escritos, configura cenas enunciativas específicas. Como já dito anteriormente, os nomes dos produtos são escritos no fim dos textos de apresentação dos produtos em caixa alta e ao lado do valor do produto, com exceção do enunciado (1), na capa da revista, em que a nomeação vem em primeiro lugar. Ou seja, há um modo específico de nomear esses produtos no interior do catálogo. Eles são nomeados depois de serem descritos, predicados, determinados, significados pelo acontecimento da enunciação, numa relação de significação para significação.

O funcionamento da língua inglesa e portuguesa é caracterizado pela memória de uma língua na outra, não organizando materialmente, como observado, a estrutura da língua inglesa, nem a da língua portuguesa. Ou seja, como observamos nos exemplos outrora mencionados, temos funcionamentos específicos em que o inglês e o português funcionam pela memória dessas línguas nas enunciações de nomeação, significando o modo como essas línguas são divididas pelo locutor-publicitário, como uma língua de nomeação, aquela que significa pela memória de inglês e de português, na designação do nome, e a língua portuguesa, como uma língua de predicação que caracteriza as enunciações slogans.

Essa dispersão do Locutor caracteriza um funcionamento geral das nomeações que, nessas cenas significam um locutor-publicitário que fala do lugar universal, como se o funcionamento do inglês atingisse todas as possibilidades de sentido, universalizando esse espaço de enunciação, caracterizando o “uso da língua inglesa”, a partir desse modo de dizer universal, como língua franca, do intercâmbio, a língua do mundo globalizado e do comércio mundializado. Este locutor imagina um interlocutor que coincide com esses modos de dizer, direcionando o dizer para um falante que interpretará os sentidos constituídos na língua inglesa, a língua do outro, daquele que não é brasileiro. Os sentidos constituídos na língua inglesa mostram uma deontologia, um saber, sobre essas línguas, que caracteriza esses modos de dizer, determinando, pelos memoráveis universalizantes que a língua inglesa rememora as enunciações das relações de comércio, que significam a partir de todos, do global, do direito de todos ao dizer.

Esses processos de significação são determinados pelo funcionamento enunciativo, e histórico, dessas nomeações: o espaço de enunciação em que essas línguas funcionam. Nesse espaço, a distribuição instrumental desigual dessas

línguas pelo Estado produz a hierarquização dessas línguas, agenciando os dizeres e a interpretação, o que configura uma divisão do mesmo tipo. A política que distribui essas línguas cerceia o direito ao dizer e à interpretação dos sentidos na língua inglesa, constituindo a contradição e a diferença na própria ordem do acontecimento, pois tal modo de distribuir as línguas não permite a leitura desses nomes por um locutor-consumidor brasileiro, que não fala/interpreta essa língua. Desse modo, um dizer que é para todos, por direito, legítimo, é direcionado para uma classe, o daqueles que se subjetivam em língua inglesa, identificando-se nessa língua. Sendo assim, temos um cruzamento de sentidos na relação entre línguas e falantes: o funcionamento da língua inglesa em um espaço de sentidos determinados pela língua portuguesa, como língua nacional e do Estado, que dilui o político na produção dos sentidos produzidos em língua inglesa, o locutor-falante de inglês exclui o locutor-falante de português no processo de nomeação dos produtos pelos sentidos produzidos nessa língua.

4.2 A nomeação plurilíngüe de produtos e argumentação na propaganda.

A partir das discussões feitas nas análises das nomeações, como acontecimentos enunciativos, podemos fazer outro tipo de descrição desses processos e, dessa maneira, analisamos como os nomes e as enunciações *slogan* articulam argumentos numa relação de sentido. Nos enunciados que analisamos, encontramos um direcionamento de sentidos que constitui sentidos outros que são produzidos pela significação da língua inglesa e portuguesa. Significar a nomeação do produto em inglês é, também, um processo argumentativo, pois tal processo é uma injunção aos sentidos, determinado pelo passado das enunciações

rememoradas no acontecimento.

Em outras palavras, falar em inglês é ocupar o lugar social do dizer do locutor-publicitário que rememora a propaganda pela tecnologia dos produtos da *Polishop*, significada nas predicções das nomeações em questão. O nome dos produtos significados em língua inglesa é um argumento na medida em que a tecnologia e modernidade produzidas pela língua inglesa, pelas relações comerciais, direcionam os sentidos para a compra do mesmo, não produzindo os sentidos constituídos pela língua portuguesa nesse espaço de enunciação para a nomeação dos produtos. Desse modo, os dizeres representam a venda³⁴ constituída no simbólico, dos produtos que são nomeados pela significação da língua inglesa como língua de nomeação.

Na argumentação, encontramos os sentidos formulados na enunciação, determinados pelo passado no acontecimento, os memoráveis. A argumentação, numa observação enunciativa, funciona pela diretividade que as línguas portuguesa e inglesa significam, sustentadas pelos memoráveis nos enunciados dos textos em que funcionam. Ou, de outro modo, as rememorações operam os sentidos que configuram a venda dos produtos caracterizada pelas relações de comércio.

Os sentidos, então, ao funcionarem, na argumentatividade, pela futuridade do acontecimento, constituem este texto como uma materialidade em que a língua inglesa e portuguesa é representada por esses modos de acesso à palavra recortados pelos Locutores.

a orientação argumentativa (ao ser constituída pela futuridade do acontecimento) estabelece, pelo memorável que sustenta, o modo de

³⁴ Observe que o preço dos produtos sempre vem abaixo das nomeações dos mesmos, o que sustenta ainda mais os direcionamentos a partir das relações de comércio das nomeações.

interpretar o futuro do texto, como elemento de sua textualidade. A orientação argumentativa, enquanto “injunção à interpretação”, funciona pelo agenciamento político da enunciação que toma o falante no seu espaço de enunciação. (GUIMARÃES, 2003, 214)

O funcionamento enunciativo, para nós, é caracterizado pela relação sujeito-língua. O falante, desse modo, é uma categoria da língua significada pelo acontecimento da enunciação. Nessa perspectiva, observamos no funcionamento das nomeações, o modo como esses falantes se identificam com as línguas que falam dividindo-as desigualmente, ao significarem uma língua ou outra. Mostraremos essa divisão nas nomeações analisadas, considerando que ao falar “uma língua que é muitas”, esse falante, é atravessado por diferentes posições que significam os lugares de dizer e os lugares sociais de dizer, de que enunciam esses sujeitos sustentando as direções de sentido, na argumentação.

Temos então as seguintes divisões nas nomeações e enunciações slogan:

(1) **“Juicer Walita Philips”**³⁵ e **“8x mais suco! Muito mais saúde!”**

Nomeação:L=Euniv=locutor-publicitário-falante de inglês

Enunciação Slogan:Eind=locutor-publicitário-falante de português

(2) **AMBISOUND HTS PHILIPS**” e **“Você já imaginou ter na sua casa um sistema Surround 5.1 com apenas duas caixas frontais? Conheça Ambisound Philips, o lançamento mundial da Philips que chegou para mudar tudo o que você sabe sobre Home Cinema, (Figura 3);**

Nomeação: L=Euniv=Ipublic-falante de inglês

³⁵ Todas as oito nomeações podem ser vistas na lista de figuras em Anexos.

Enunciação Slogan: L=Eind=locutor falante de português

(3) **“REVO CERAMIC HOT AIR BRUSH”** e **“modele e seque suas madeixas com apenas uma mão”** (Figura 4);

Nomeação: L=Euniv=Ipublic-falante de língua inglesa

Enunciação Slogan: L=Eind=Ifalante de português

(4) **BODYGROOM** e **“Bodygroom é o acessório perfeito para o homem moderno, que prima pelo bem-estar”** (Figura 5);

Nomeação: L=Euniv=Ipublic-falante de língua inglesa

Enunciação Slogan: L=Eind=Ifalante de português

(5) **MAX SHAVER SIX** e **“pele lisinha e macia, sem perder muito tempo”** (*idem*);

Nomeação: L=Euniv=Ipublic-falante de língua inglesa

Enunciação Slogan: L=Eind=Ifalante de português

(6) **BARBEADOR COMPACT SHAVER** e **“O seu barbeador para qualquer hora e lugar”** (*idem*);

Nomeação: L=Eind=Ipublic-falante de português=Euniv=Ipublic-falante de língua inglesa

Enunciação Slogan: L=Eind=Ifalante de português

(7) **BARBEADOR 3 LÂMINAS TITANIUM** e **“Barbeado suave e duradouro com 3 lâminas”** (*idem*);

Nomeação: L=Eind=Ipublic-falante de português=Euniv=Ipublic-falante de língua inglesa

Enunciação Slogan: L=Eind=Ifalante de português

(8) ESTAÇÃO GOURMET TOASTATION e “Prepare para a família os mais diversificados pratos com sabor e textura inigualáveis!” (Figura 6);

Nomeação: L=Eind=Ipublic-falante de português=Euniv=Ipublic-falante de língua inglesa

Enunciação Slogan: L=Eind=Ifalante de português

Esquema 1 – Divisões dos Locutores.

Através desses exemplos, podemos observar de que modo essa divisão das línguas, ao serem significadas nas nomeações e enunciações *slogan*, também significam sujeitos localizados pelos memoráveis universais da língua inglesa e os individuais, ao significar o português como a língua que produz o sentido da especificação. É possível observar³⁶ que há especificações e qualificações significadas na língua inglesa; no entanto, essa significação, para o locutor-consumidor-falante de português, só significa a língua inglesa, e não produz o sentido do produto a ser identificado pela nomeação.

Os enunciados produzem os seguintes sentidos que se organizam, no esquema abaixo, como argumentos.

(1'') Juicer Walita Philips →³⁷ compra do produto

³⁶ Como observado no item anterior (referenciar).

³⁷ O Sinal → significa orienta para.

↑ **Universalização³⁸ pela significação da lingual inglesa**

(2'')AMBSOUND HTS PHILIPS → compra do produto

↑ **Universalização pela significação da lingual inglesa**

(3'') REVO CERAMIC HOT AIR BRUSH" → compra do produto

"REVO STYLER HOT AIR BRUSH"

"HOT AIR BRUSH"

↑ **Universalidade³⁹ em língua inglesa**

(4'')BODYGROOM → compra do produto

↑ **Universalização pela significação da lingual inglesa**

(5'')MAX SHAVER SIX → compra do produto

↑ **Universalização pela significação da lingual inglesa**

(6'')BARBEADOR COMPACT SHAVER → compra do produto

↑ **Individualização pelo nome e universalização pela qualificação em inglês que significa a língua inglesa na nomeação.**

³⁸ Entendemos a universalização como o imaginário do locutor-publicitário em relação à língua inglesa, à enunciação de nomeação em língua inglesa.

³⁹ Já a universalidade é a enunciação da nomeação em inglês.

(7'')BARBEADOR 3 LÂMINAS TITANIUM → compra do produto

↑ Individualização pelo nome e universalização pela qualificação em inglês que significa a língua inglesa na nomeação.

(8'')ESTAÇÃO GOURMET TOASTATION → compra do produto

↑ Individualização pelo nome e universalização pela qualificação em inglês que significa a língua inglesa na nomeação.

Esquema 1.1 - Memoráveis de língua inglesa.

Ao observarmos as direções argumentativas que essas nomeações projetam, sustentadas pelos memoráveis, temos o esquema:

1'') → compra do produto pela inovação na quantidade de suco e mais saúde.

(2'') → compra do produto pela praticidade e conforto.

(3'') → compra do produto pela praticidade que os cabelos lisos conferem.

(4'') → compra do produto e projeta um locutor-consumidor exigente.

(5'') → compra do produto de seis laminas que depila eficazmente

(6'') → compra do produto pela praticidade de um barbeador compacto

(7'') → compra do produto pelas especificidades de um aparelho de *titanium* que não causa irritações na pele

(8'') → compra do produto por um locutor-consumidor contemporâneo, constituído pela praticidade que a nomeação significa.

Esquema 1.2- Direções argumentativas.

Nas enunciações *Slogan*:

(1'') 8X mais suco!

↑ **Inovação pela quantidade**

Muito mais saúde!

↑ **Inovação pela saúde.**

(2'') Você já imaginou ter na sua casa um Sistema Surround com apenas duas caixas frontais

↑ **praticidade e conforto**

Conheça Ambisound Philips, o lançamento mundial da Philips

que chegou para mudar tudo o que você sabe sobre Home Cinema''

↑ **Inovação e tecnologia**

(3'') modele e seque suas madeixas com apenas uma mão

↑ **praticidade e conforto**

→ **Compra do produto**

(4'') Bodygroom é o acessório perfeito para o homem moderno, que prima pelo bem-estar

↑ **modernidade e conforto**

5'') Pele lisinha e macia, sem perder tempo

↑ **beleza, conforto, rapidez e praticidade**

(6'') O seu barbeador para qualquer hora e lugar

↑ **praticidade e mobilidade**

(7'') Barbeado suave e duradouro com 3 lâminas

↑ **praticidade e beleza**

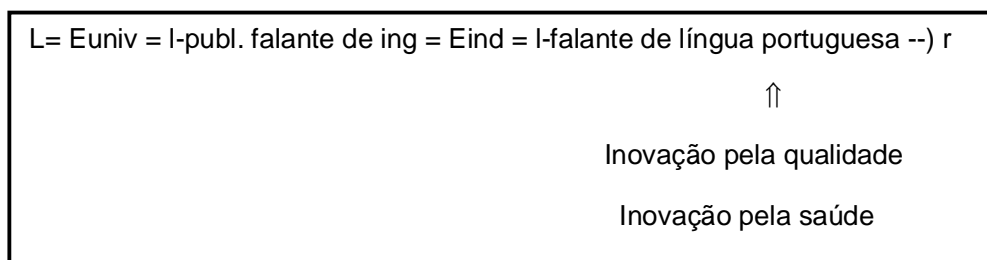
(8'') prepare pães para a família os mais diversificados pratos com sabor e textura inigualáveis

↑ **praticidade e variedade**

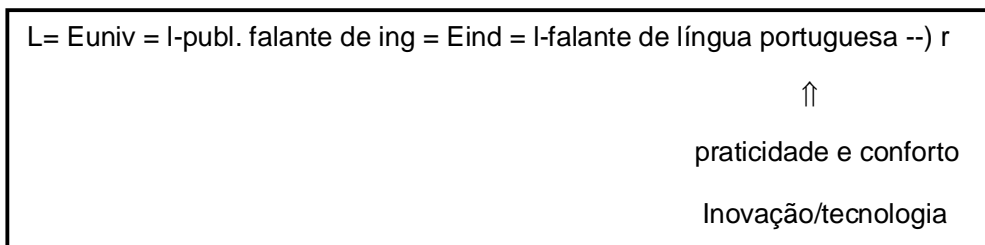
Ao entendermos que o sentido das expressões é produzido nos enunciados formulados em duas línguas, esquematizamos, no quadro abaixo, como se organiza a orientação argumentativa sustentada pelos memoráveis (representados pelo sinal $\hat{\uparrow}$), no encadeamento dos enunciados em inglês e português, mostrando como a língua é dividida na nomeação e predicação, e como essas divisões sustentam as direções de sentido e a futuridade do acontecimento, o modo como essas línguas significam para seus falantes. Como é possível notar, são as línguas que, ao funcionarem sustentadas pelos memoráveis, produzem o sentido no acontecimento da enunciação dos nomes dos produtos significados na revista.

Sendo assim, organizamos o esquema, representando a organização da cena enunciativa na argumentação pela dispersão do sujeito-enunciador da seguinte maneira: “Locutor (enquanto pessoa no mundo) = Enunciador (lugar de dizer) = locutor (lugar social do dizer)”. Temos, nesses casos, funcionamentos específicos dos enunciados na organização da cena: “Locutor = Enunciador (universal ou individual) = l (lugar social do dizer)”. A direção argumentativa é representada pelo sinal “--)” (conclusão r = compra do produto) que opera o encadeamento dos enunciados em inglês (nomeação) com os enunciados em português (enunciações slogan), temos então:

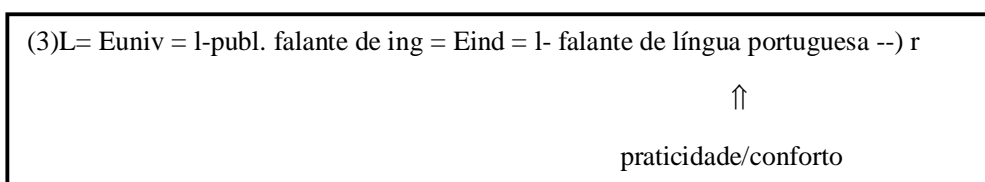
(1’’)



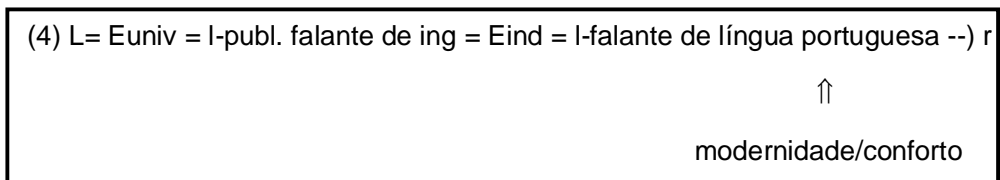
(2''')



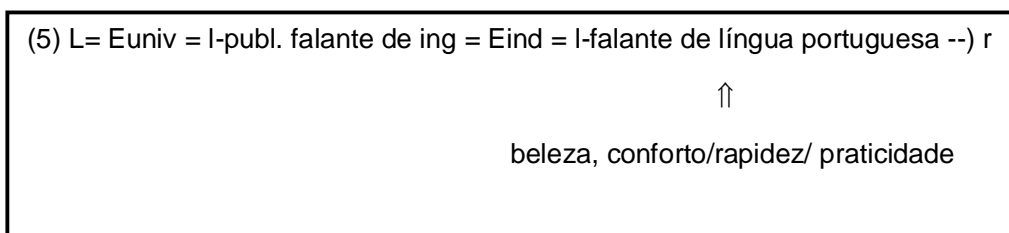
(3''')



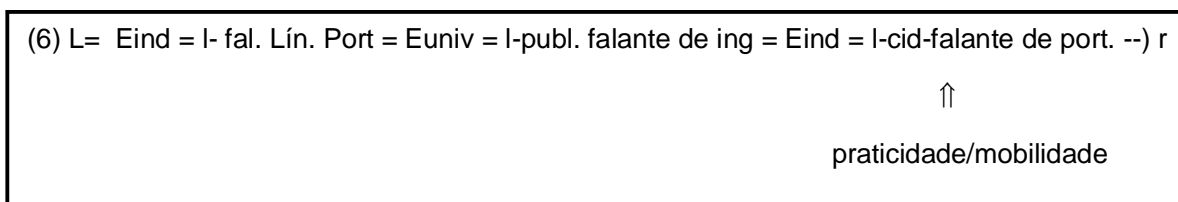
(4''')



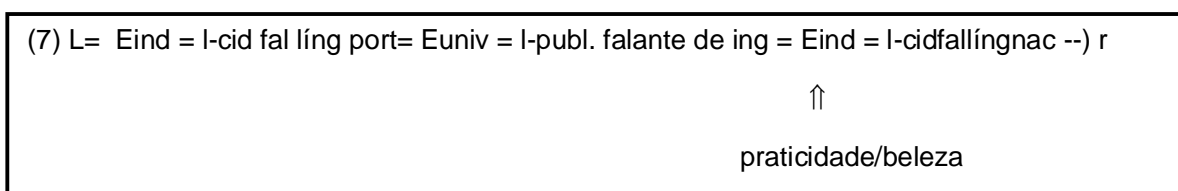
(5''')



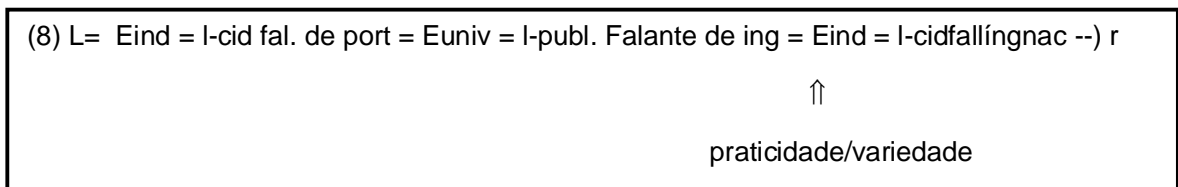
(6''')



(7''')



(8''')



Quadro 1.2 - Divisões e orientações argumentativas

A direção argumentativa é constituída por estas divisões dos locutores nas línguas significadas, pelos modos de dizer sustentado pelo memorável recortado pelo Locutor. Nessas divisões, a disparidade do Locutor aparece sustentada pelos memoráveis da universalização em inglês e da individualização, especialização, em português, configurando a argumentação global para a compra do produto.

Essas enunciações rememoradas nos enunciados direcionam os sentidos da compra do produto pelos modos de dizer universal (na nomeação, em inglês) e

individual (nas enunciações slogan, em português); o que caracteriza a venda pela predicação nas enunciações slogan, em português, o que projeta um locutor-consumidor-exigente falante de português – pela inovação, praticidade e conforto, e modernidade no nome, sustentando o direcionamento para a compra do produto significado na nomeação em inglês, apagando os sentidos da língua portuguesa.

Tais relações são significadas por um locutor-publicitário globalizado, mundializado que projeta um locutor-consumidor exigente das qualidades dos produtos nos enunciados (1'''), (2'''), (3'''), (4'''), (5'''), (6'''), (7''') e (8'''), produzindo um efeito didático-explicativo das especificidades do produto em português, em um espaço de dizeres em que a língua inglesa significa o comércio, a globalidade do espaço da mídia, a língua do intercurso, franca , no espaço que não significa o português como uma língua de tecnologia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir de nossas análises podemos concluir que o espaço enunciativo da propaganda distribui as línguas desigualmente, isto é, esse espaço de dizeres é caracterizado pelo movimento de (in) exclusão das línguas que nele significam. Tal movimento configura uma hierarquização das línguas que funcionam nesse espaço pelo modo como elas são divididas pelos falantes ao dizer/interpretar.

Sob ponto de vista enunciativo, esses dizeres configuram modos de acesso aos sentidos e às línguas. A relação entre o português e o inglês, põe, também, em relação, pelos modos de dizer, os falantes das mesmas. Nessa perspectiva, a especificidade desse espaço é a divisão do inglês como uma língua de nomeação que designa os produtos nessas línguas para que eles sejam identificados pelos falantes que falam/lêem/interpretam nesse espaço, o que significa, também, a exclusão do português para significar a tecnologia e contemporaneidade dos produtos da *Polishop*.

A significação dessas línguas é determinada pela memória de funcionamento de uma língua na outra, não organizando materialmente, como observado nos exemplos, a estrutura da língua inglesa, nem a da língua portuguesa⁴⁰. Como mostrado nas análises dos enunciados, temos funcionamentos específicos em que o inglês e o português funcionam pelos memoráveis dessas línguas nas enunciações de nomeação, significando o modo como essas línguas são divididas no texto da propaganda, como uma língua de nomeação, aquela que significa pela memória de inglês e de português, na designação do nome, e a língua portuguesa, como uma língua de predicação que caracteriza as enunciações *Slogan*.

⁴⁰ Com exceção da nomeação (3), p 40.

O que podemos concluir é que no espaço de enunciação da propaganda, a globalização, a universalização do inglês, projeta um locutor-consumidor moderno, prático, tecnológico, em inglês; e um locutor-consumidor-exigente, individualizado pelo funcionamento do português no efeito didatizante das funcionalidades dos produtos predicados em português. Essas enunciações rememoradas nos enunciados, pelo locutor-publicitário, direcionam os sentidos da compra do produto pelos modos de dizer universal (na nomeação, em inglês) e individual (nas enunciações slogan, em português); o que caracteriza a venda pela predicação nas enunciações slogan e que projeta um locutor-consumidor-exigente falante de português, direcionando os sentidos para a compra do produto significado na nomeação em inglês.

Tal processo se configura como uma regularidade da propaganda, que direciona os sentidos para a venda dos produtos tecnológicos. A língua portuguesa específica, predica a língua inglesa nos processos de significação, em um espaço de enunciação globalizado, que apaga o litígio que se dá na divisão das línguas por um Locutor, que caracteriza a distribuição desigual das mesmas.

Falar (nomear e predicar) em português ou inglês, portanto, é estar afetado por estas divisões dessas línguas, de nomeação ou predicação, re-dividindo-as por esses modos de dizer, esses modos de acesso à palavra nesse processo de in (ex)clusão de línguas e falantes. Sendo assim, descrever/interpretar estes processos, é mostrar o litígio constitutivo das relações (funcionamento político constituído na relação entre línguas e falantes), entre a língua portuguesa e a língua inglesa.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. (VOLOCHINOV). *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. 11. São Paulo: Editora Hucitec, 2004.

BRAIT, B. *Bakhtin, dialogismo e construção de sentido na linguagem*. Campinas: Ed Unicamp, 2005.

_____. Bakhtin e a Natureza constitutivamente Dialógica da Linguagem. In: BRAIT, B. *Bakhtin, dialogismo e construção do sentido*. 2. ed. – Campinas – SP: Editora da Unicamp, 2005, p. 87-98.

BENVENISTE, É. *Problemas de Linguística geral I*. 2. ed. Campinas, SP: Pontes; Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1988.

_____. [1974]. *Problemas de Linguística Geral II*. – 2. ed. – Campinas, SP: Pontes, 1989.

COLLINOT, A.; MAZIÈRE, F. A língua francesa: pré-construído e acontecimento linguístico. In: ORLANDI, E. *Gestos de leitura: homenagem a Denise Maldidier*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1994.

_____. O chapéu de Clementis. In: INDURSKY, F; & LEANDRO FERREIRA, M. C.. *Os múltiplos territórios da análise do discurso*. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 1999.

DIAS, L. F. Gramática na sala de aula: da lição gramatical ao fato discursivo. *Vivência*, Universidade Federal da Paraíba, v. 12, n.1, p. 113-120, 1998.

_____. Significação e forma - linguística na visão de Bakhtin. In: BRAIT, B. *Bakhtin, dialogismo e construção de sentido na linguagem*. Campinas: Ed. da Unicamp, 2005.

_____. *Enunciação*. Einaudi, 2: Linguagem – Enunciação. Lisboa: Imprensa Nacional ; Casa da Moeda, 1984.

_____. Os topoi na “teoria da Argumentação na língua”. *Revista Brasileira de Letras*. Publicação do Departamento de Letras da UFSCar, São Carlos, 1999.

DUCROT, O CAREL, M. O problema do paradoxo em uma semântica argumentativa. In: *Revista Língua e instrumentos linguísticos*. Campinas, SP: Pontes, 2001

GUILHAUMOU, J.; MALDIDIER, D. Da enunciação ao acontecimento linguístico em análise do discurso. In. GUIMARÃES, E. *História e sentido na linguagem*. Campinas, SP: Pontes

_____. Efeitos do arquivo: a análise do discurso do lado da história. In. ORLANDI, E. *Gestos de leitura: homenagem a Denise Maldidier*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1994.

GUIMARÃES, E. *Os limites do sentido: um estudo histórico e enunciativo da linguagem*. 2. ed. Campinas, SP: Pontes, 2002.

_____. História, Sujeito, Enunciação. *Cadernos de Estudos Linguísticos* v. 35. Campinas: IEL/Unicamp, 1998. p. 109-116.

_____. Interpretar Língua e Acontecimento. *Revista Brasileira de Letras – UFSCar*, 1999. v. 1, n. 1, p. 19-23.

_____. *Semântica do acontecimento: um estudo enunciativo da designação*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2002.

_____. Semântica e pragmática. In: GUIMARÃES, E.; ZOPPI-FONTANA, M. (Org.). *Introdução às ciências da linguagem: a palavra e a frase*. Campinas, SP: Pontes, 2006. p. 113-146.

GUIMARÃES, E; MOLLICA, M. C. *A palavra - Forma e sentido*. Campinas, SP: Pontes. (no prelo).

HENRY, P. A história não existe? In: ORLANDI, E. (Org.). *Gestos de leitura*. Trad.: José Horta Nunes Campinas: Editora da Unicamp, Trad.: José Horta Nunes. 1993. Pp. 29-53.

INDURSKY, F. De ocupação a invasão: efeitos de sentido no discurso do/sobre o MST. In: INDURSKY, F. et al. (Org.). *Os múltiplos territórios da análise do discurso*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1999. p. 173-786.

MARANDIN, J. M. Sintaxe, discurso: do ponto de vista da análise do discurso. Tradução: Bethânia S. C. Mariani [et al.]. In: Orlandi (org.) [et al.]; *Gestos de Leitura: da história no discurso*. 2. ed. Campinas -SP: Editora da Unicamp, 1997.p. 119-143.

ORLANDI, E. *Terra à vista – Discurso do Confronto: Velho e Novo Mundo*. Campinas: Editora da UNICAMP ; Cortez Editora, 1990.

_____. *Análise de discurso: Princípios e Procedimentos*. Campinas: Pontes, 2005.

_____. *Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos*. Campinas: Pontes, 2001.

_____. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. 5. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2002.

_____. *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. 4. ed. Campinas: Pontes, 2004.

_____. M. Bakhtin em Pêcheux: no risco do contedismo. In: BRAIT, B. *Bakhtin, dialogismo e construção de sentido na linguagem*. Campinas: Ed Unicamp, 2005.

PÊCHEUX, M. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Tradução: Eni P. Orlandi. 4. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2006.

_____. O papel da memória. In: ACHARD, P. et al. *Papel da memória*. Tradução e introdução de José Horta Nunes. 2. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2007, p. 50.

RANCIÈRE, J. [1994] *Os nomes da história: uma poética do saber*. Campinas, SP: Pontes, 1994.

SAUSSURE, F. *Curso de linguística geral*. São Paulo: Cultrix, 1995.

SCHREIBER DA SILVA, S. M. Sociólogo e presidente: a ostentação e o riso como efeito do interdiscurso e a questão da performatividade. *Revista Brasileira de Letras*, São Carlos, SP:UFSCar, nº 1, 1999, p.31-38.

_____. *Argumentação e polifonia na linguagem*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1991.

_____. O povo-fala na TV: O político na argumentação. In: SCHREIBER DA SILVA. (Org.). *Sentidos do povo*. São Carlos: Clara Luz, 2006.

VEYNE, P. *Como se escreve a história*. 4. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998.

ZANDWAIS, A. *Mikhail Bakhtin: contribuições para a filosofia da linguagem e estudos discursivos*. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2005.

_____. Relações entre a filosofia da práxis e a filosofia da linguagem sob a ótica de Mikhail Bakhtin: um discurso fundador. In: *Mikhail Bakhtin: contribuições para a filosofia da linguagem e estudos discursivos*. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2005.

ZOPPI-FONTANA, M. G. O outro da personagem: enunciação, exterioridade e discurso. In. BRAIT, B. *Bakhtin, dialogismo e construção de sentido na linguagem*. Campinas, Ed Unicamp, 2005.

ANEXOS

Figura 1

r elogios.

A lingerie modeladora que valoriza seu bumbum!

Brazilian Secret

Brazilian Secret Underwear é a solução mais rápida para conseguir aquele "plus" na sua silhueta!

Perfil anatômico que dá volume apenas onde precisa

- | Costura central franzida mantém o contorno do bumbum sem marcar a roupa
- | ajustes laterais para maior conforto permitem o uso com roupas justas
- | tecido super macio e suave | bumbum empinado na hora!
- | seus contornos são mais valorizados com **Brazilian Secret**

NOVIDADE!

Kit com 2 cores: preta e chocolate

DESIGN EXCLUSIVO E PATENTEADO! EXPERIMENTE!

BRAZILIAN SECRET UNDERWEAR

GRÁTIS!
Gel Fix Amazônia
Reg. do M.S.: nº 23272.0002
que auxilia na redução da celulite

10x 29,99
sem juros!

R\$ 299,90 à vista + frete

60 lâminas

Figura 2

Novas IDÉIAS!

Ano VI - nº 1 - 2008 | www.polishop.com.br

POLISHOP



Vidros

Pelúcias

Estofados

Cozinhas e Banheiros

Juicer Walita Philips
8x mais suco!
Muito mais saúde!

Vapor que limpa de verdade!
Alta temperatura para acabar com a sujeira de sofás, pelúcias, rejuntas e muito mais!

SEM ESTRESSE!
Descubra os segredos da automassagem e relaxe por inteiro; da cabeça aos pés

IMPERDÍVEL!
MAIS DE 150
ofertas incríveis

PASTA DO CORAÇÃO, NO GEORGE FOREMAN GRILL
Deliciosas iguarias que dão água na boca!

Hamilton Beach.

IMAGINE! SEJA! VIVA! PRATIQUE! SURPREENDA! INVENTE! TRANSFORME!

Figura 4

Seque, modele, desembarace e dê brilho aos seus cabelos

Modele e seque suas madeixas com apenas uma mão



Sistema de ventilação que evita superaquecimento

3 em 1 desembaraça, seca e modela todo tipo de cabelo

Faça penteados maravilhosos com a inédita escova de ar quente REVO STYLER HOT AIR BRUSH. Modele e seque suas mechas com apenas uma mão. É escova e secador num só produto! Mais que alisar e modelar, HOT AIR BRUSH oferece um tratamento completo as suas madeixas, deixando-as sedosas e luminosas. A exclusiva ação rotativa transfere os óleos naturais da raiz do cabelo para as pontas dos fios, proporcionando hidratação e brilho extra!

- a** Combine o poder do ar quente para modelar e secar ao mesmo tempo
- b** Tratamento completo para cabelos curtos, encaracolados, lisos, crespos e ondulados
- c** Fique linda! As placas de alumínio, que distribuem o calor ao longo do cabelo, com uma ação rotativa, sentido horário e anti-horário, pode ser usada em todos os tipos de cabelo!

REVO CERAMIC HOT AIR BRUSH - 1100

Grátis! 1 creme para pentear Hair Style. Mais brilho, sem enxágüe.

10x 29,90 sem juros R\$ 299,90 à vista

www.revlon.com.br/revista

Figura 5

seja! *Porque você merece receber elogios.*

O primeiro produto masculino feito para raspar e aparar os pêlos indesejados!

Bodygroom é o acessório perfeito para o homem moderno, que prima pelo bem-estar

Possui várias funções, específicas para você, que quer se livrar dos pêlos indesejados, sem irritações!

- a Conta com uma cabeça aparadora com unidade de corte auto-afiadora, uma ótima empunhadura e uma fita hipoaérgica, que protege contra cortes e arranhões. Você consegue um corte ultrarapido nos pêlos do peitoral, abdômen, costas e onde mais quiser, com muita higiene e segurança
- b Vem com 3 pentes para você aparar os pêlos no seu comprimento desejado, ou, se preferir, é só tirar o pente e deixar a pele lisinha!
- c Ele é 100% à prova d'água e pode ser utilizado debaixo do chuveiro ou a seco. Além disso, é sem fio, bivolt e tem bateria recarregável, podendo ser levado em todas as viagens
- d Contém um lindo e moderno suporte para pendurá-lo no chuveiro
- e Para os homens que gostam de exibir o peitoral sem pêlos, BODYGROOM é perfeito!
- f E para quem se incomoda com pêlos nas costas, agora ficou mais fácil

E AINDA: 2 ANOS DE GARANTIA

BODYGROOM – Bivolt: 110v / 220v

10x sem juros **19,99**
R\$ 199,90 à vista + frete

Barbear-se ficou mais fácil

Pele lisinha e macia, sem perder tempo

Bateria recarregável para se barbear durante até 35 minutos!

a Possui 6 micro-lâminas que se inclinam para cortar os pêlos de maneira mais rente e uniforme. Elas se adaptam aos contornos do seu rosto!

b Vem com um aparador para dar acabamento nas costeletas, barba e bigode

c Design moderno. Leve grátis um Gel pós-barba!

Promoção!
Leve junto o Compact Shaver por 10 parcelas de R\$ 29,99

10x sem juros **19,99**
R\$ 199,90 à vista + frete

Leve sempre com você um barbear perfeito!

O seu barbeador para qualquer hora e lugar

COMPACT SHAVER possui um design compacto, o que o torna realmente muito portátil. Podendo ser usado sem fio, é ideal para acompanhar você em suas viagens, por exemplo, e ter em casa ou no escritório. Acabe com os cortes e irritações!

- 1 Leve e moderno, possui 2 cabeças flutuantes e independentes que deslizam sobre o rosto com facilidade, realizando um barbear rente de maneira suave e sem cortes!
- 2 Acompanha uma exclusiva embalagem de transporte e uma escova para limpeza

Carregador de bateria recarregável para carregar seu barbeador Compact Shaver

Grátis!
Gel pós-barba Bio Kosmos.
Hidrata, revitaliza e refresca a pele do rosto

6x sem juros **19,99**
R\$ 119,94 à vista + frete

Barba bem feita e sem cortes ou irritações

Barbeado suave e duradouro com 3 lâminas

Deixe o aparelho carregado por 1 hora e tenha várias horas de uso sem fio!

a Corpo emborrachado que não escorrega da mão e facilita o barbear

b Suas 3 lâminas de titânio, localizadas na cabeça móvel do aparelho, ajustam-se aos contornos do rosto, para você se livrar facilmente dos inconvenientes pêlos faciais. Além disso, oferece a praticidade da lâmina extra para aparar as costeletas

Grátis!
Gel pós-barba Bio Kosmos.
Hidrata, revitaliza e refresca a pele do rosto

10x sem juros **29,99**
R\$ 299,90 à vista + frete

www.polishop.com.br/revista

16 |

Figura 6

invente!

Faça pratos de dar água na boca num passe de mágica.

Toste pães e asse o que quiser num único aparelho

Prepare para a família os mais diversificados pratos com sabor e textura inigualáveis!



Torradeira com abertura ampla de 4cm de largura para vários tipos de pães



Hamilton Beach

As inúmeras possibilidades de **sabores e aromas** saem do ESTAÇÃO GOURMET graças a 2 sistemas conjugados - **função Forno e função Torradeira**. O aquecimento por quartzo proporciona uma distribuição eficaz e uniforme do calor, permitindo que você prepare lanches, aperitivos, pizzas, bruschettas, nuggets, mini-tortas, pães de queijo, petit gateau, baked potato, além de descongelar massas. Na parte superior, está a prática torradeira em que você tosta qualquer tipo de pão, graças à abertura ampla de **4cm de largura**. Escolha também a cor: são **6 níveis** que deixam o seu pão do jeito que você mais gosta! Não use mais o microondas para aquecer a sua pizza: você pode colocar tanto na assadeira quanto direto na grelha da ESTAÇÃO GOURMET, obtendo uma massa crocante.

- a** Temperado e resistente, o vidro compõe o belo design clássico de metal aliado à tecnologia da cozinha moderna
- b** A temperatura é regulável entre 93°C e 232°C, permitindo que você faça refeições no ponto certo e em instantes
- c** Altere a função Forno para a função Torradeira com apenas um toque! Variedade e muitas opções em um único aparelho

ESTAÇÃO GOURMET
TOASTATION - 110v e 220v

10x
sem juros
39,99
R\$ 399,90 à vista + frete