

ASPECTOS ENUNCIATIVOS DA INTERSUBJETIVIDADE NA LEITURA

Rafaela Janice BOEFF-VARGAS

Graduada em Letras (UNISINOS), especialista em Estudos Linguísticos do Texto (UFRGS), mestre em Letras/Linguística (PUCRS). Atualmente cursa o doutorado em Letras/Linguística na PUCRS, sendo bolsista CAPES. É professora do curso de Letras da FACCAT. E-mail: rafaelajbvargas@gmail.com

Resumo

Neste trabalho, pretendemos identificar marcas de subjetividade na leitura de uma peça publicitária, à luz da Teoria da Enunciação de Émile Benveniste, a fim de propormos a leitura como um ato enunciativo, único e irrepetível. Para tanto, foram analisadas as leituras realizadas por alunos da EJA, correspondente ao Ensino Médio, observando os recursos linguísticos através dos quais esses sujeitos marcam-se na referida leitura.

Palavras-chave

Subjetividade; Benveniste; Leitura; Enunciação; Texto publicitário.

Introdução

O objetivo deste texto é descrever, do ponto de vista de uma teoria da enunciação, os recursos linguísticos através dos quais o sujeito se marca na leitura que faz de um texto, em especial, dos textos publicitários. Busca-se, na verdade, verificar como cada locutor se constitui como sujeito no ato de produção da leitura. Para tanto, são analisados textos que relatam uma experiência interpretativa de leitura de textos publicitários.

Parte-se do pressuposto de que a situação enunciativa produz formas específicas que possibilitam ao locutor mostrar-se como sujeito em seus dizeres. Em outras palavras, admite-se que o ser humano se comunica através da linguagem que, entendida como língua em funcionamento, possibilita-o constituir-se de maneira singular, revelada em marcas específicas de subjetividade.

A escolha deste tema se deu devido ao fato de que, por inúmeras vezes, observamos, nas aulas de Língua Portuguesa, a dificuldade que alguns alunos têm em interpretar textos publicitários, não compreendendo as ideias subentendidas, o jogo de palavras, a linguagem figurada etc. No entanto, é por meio desses jogos de palavras e imagens que esses textos têm o poder de “mexer” com nosso imaginário.

Este trabalho tem como base a Teoria da Enunciação de Émile Benveniste segundo a qual “a linguagem é, (...), a possibilidade da subjetivação, pelo fato de conter sempre as formas linguísticas apropriadas à sua expressão; e o discurso provoca a emergência da subjetividade, pelo fato de consistir de instâncias discretas” (BENVENISTE, 1966, p. 289). Para o autor, o fundamento da subjetividade está no exercício da língua, pois é na instância do discurso na qual *eu* designa o locutor que ele se enuncia como sujeito, criando, assim, efeitos muito variados na estrutura da língua, tanto na organização das formas, quanto nas relações de significação. E, sendo a língua recebida nos mesmos valores de referência

compartilhados e/ou construídos pelos membros de uma comunidade, pretende-se verificar o funcionamento da língua. Trata-se não apenas de reconhecer o signo, mas compreendê-lo.

Para tanto, numa primeira etapa (cf. item 1), vemos como a perspectiva enunciativa, de Benveniste, aborda questões como *linguagem*, *subjetividade*, *intersubjetividade*, além de apresentar algumas concepções de leitura, expondo o substrato teórico para o desenvolvimento da pesquisa associado à amostra que compõe o *corpus*. Num segundo momento (cf. item 2), apresentamos a descrição do *corpus*, o processo de coleta dos dados e a metodologia utilizada para a análise da amostra. Na etapa seguinte (cf. item 3), analisamos o *corpus* e, por fim (cf. item 4), realizamos as reflexões e as conclusões do estudo trazendo os resultados da pesquisa e algumas observações que, acredita-se, são a elas pertinentes.

Este estudo encontra sua justificativa no fato de admitir que é pela linguagem que cada locutor apropria-se da língua e designa-se como *eu*. Tal concepção parece possibilitar uma revisão das formas de trabalhar, no espaço escolar dedicado às aulas de Língua Portuguesa, com interpretação e produção de textos, analisando cada produção textual dos alunos como um ato enunciativo e reconhecendo o que é comum a todos (recuperação do enunciado/texto inicial) e o que é individual (subjetividade do aluno). Espera-se, também, que este trabalho seja útil aos demais professores de Língua Portuguesa que, de posse desses conhecimentos, reconheçam a importância da teoria benvenistiana, auxiliando-os nos trabalhos de interpretação e produção textual, a fim de conduzir seus alunos a um melhor desempenho no uso da língua, nas diferentes circunstâncias do dia a dia.

1 Referencial teórico

Na seleção do construto teórico condizente com a discussão acerca do trabalho proposto – identificar marcas de subjetividade na leitura de uma peça publicitária – buscamos fundamentação nos trabalhos de Benveniste que propõe, a partir das formulações teóricas fundadas por Saussure, uma continuidade ao campo da linguística estruturalista, instaurando, no interior dela, a sua Teoria da Enunciação.

O autor agregou aos estudos da linguística o entendimento de que o signo tem existência apenas quando é usado, o que implica uma noção de língua marcada pela ideia de uso. Assim, tal noção passa a ser parte essencial no estudo da língua, objeto de estudo da linguística. Entende-se por uso, neste contexto teórico, o apropriar-se, por parte de um locutor, da língua e dos signos que constituem o sistema, convocando-os a existirem.

Para dar conta da relação entre leitura e enunciação foram escolhidos alguns conceitos que, basilares da teoria de Benveniste, devem fornecer o mínimo necessário para o desenvolvimento de uma concepção de leitura integrada à de enunciação. Sendo assim, pretendemos aqui abordar os conceitos apresentados por Émile Benveniste para a *linguagem*, *subjetividade* e *intersubjetividade*, acreditando que sejam relevantes para o entendimento deste trabalho.

1.1 Linguagem

Benveniste, em sua teoria enunciativa, apresenta a linguagem não como um instrumento caracterizado em termos de estímulo e resposta; pois, para tanto, seria necessário compará-la com um instrumento material, o que põem em oposição o homem e

a natureza, uma vez que a linguagem, como já foi dito antes, está na natureza do homem e não é uma fabricação.

Não atingimos nunca o homem reduzido a si mesmo e procurando conceber a existência do outro. É um homem falando que encontramos no mundo, um homem falando com outro homem, e a linguagem ensina a própria definição do homem. (BENVENISTE, 1966, p. 285)

Pensar a linguagem como instrumento é vê-la como uma troca de palavras, uma troca comercial e ela não é isso, ela é social. Para o autor, todos os caracteres da linguagem, a sua natureza imaterial, o seu funcionamento simbólico, a sua organização articulada, o fato de que tem um conteúdo, já são suficientes para tornar suspeita essa assimilação a um instrumento, que tende a dissociar-se do homem a propriedade de linguagem.

A linguagem só é possível porque cada locutor se apresenta como *sujeito*, remetendo a ele mesmo como *eu* em seu discurso, em oposição a *tu* e *ele*. Este ato enunciativo é cada vez único, uma vez que a linguagem seria impossível se a cada nova experiência devesse inventar para cada pessoa uma expressão cada vez diferente. E é a partir dessa experiência que se determina a possibilidade do discurso.

Todo homem se coloca em sua individualidade enquanto *eu* por oposição a *tu* e *ele*. Este comportamento será julgado “instintivo”; para nós, ele parece refletir na realidade uma estrutura de oposição linguística inerente ao discurso. Aquele que fala se refere sempre pelo mesmo indicador *eu* a ele-mesmo que fala. Ora, este ato de discurso que enuncia *eu* aparecerá, cada vez que ele é reproduzido, como o mesmo ato para aquele que o entende, mas para aquele que o enuncia, é cada vez um ato novo, ainda que repetido mil vezes, porque ele realiza a cada vez a inserção do locutor num momento novo do tempo e numa textura diferente de circunstâncias e de discursos. (BENVENISTE, 1974, p. 68)

Flores e Teixeira (2005, p. 35), em *Introdução à Linguística da Enunciação*, afirmam que “enunciar é transformar individualmente a língua – mera virtualidade – em discurso”. Segundo eles, a enunciação é produto de um ato de apropriação da língua pelo locutor, que, a partir do aparelho formal da enunciação, tem como parâmetro um locutor e um alocutário. É a alocação que instaura o outro no emprego da língua, ou seja, ao mobilizar a língua e dela se apropriar, o locutor estabelece relação com o mundo via discurso de um sujeito, enquanto o alocutário co-refere. Indo ao encontro da teoria de Benveniste, que diz:

O ato individual da apropriação da língua introduz aquele que fala em sua fala. Este é um dado constitutivo da enunciação. A presença do locutor em sua enunciação faz com que cada instância de discurso constitua um centro de referência interno. Esta situação vai se manifestar por um jogo de formas específicas cuja função é de colocar o locutor em relação constante e necessária com sua enunciação. (BENVENISTE, 1974, p. 84)

Para Flores, “a linguagem é condição de existência do homem e como tal ela é sempre referida ao outro, ou seja, na linguagem se vê a intersubjetividade como condição da subjetividade” (FLORES, 2005, p. 34).

1.2 Subjetividade e intersubjetividade

A linguagem, como já mencionamos acima, está na natureza do homem, o que por si só já comprova que é marcada pela expressão da subjetividade. Para Benveniste (1966), é na linguagem e pela linguagem que o homem se constitui como sujeito, porque só a linguagem fundamenta a realidade que é a do ser, o conceito de “ego”.

A subjetividade é a capacidade do locutor para se propor como sujeito, pela totalidade de experiências vividas. Somente o *eu* pode dizer *eu*, ou pelas palavras do autor “É ‘ego’ que diz ‘ego’.” Eis o fundamento da subjetividade que se determina pelo *status* linguístico de ‘pessoa’.” Os próprios termos utilizados, *eu* e *tu*, são formas linguísticas que indicam pessoa.

Para Benveniste (1966), a consciência de si mesmo só é possível se experimentada em contraste. Eu não emprego *eu* a não ser dirigindo-me a alguém, que será na minha alocução um *tu*. O que implica reciprocidade, isto é, *eu* me torno *tu* na alocução daquele que, por sua vez, se designa ser *eu*. E essa condição de diálogo é que é constitutiva de pessoa.

A linguagem só é possível porque cada locutor se apresenta como *sujeito*, remetendo a ele mesmo como *eu* no seu discurso. Por isso, *eu* propõe outra pessoa, aquela que, sendo exterior a “mim”, torna-se meu eco – ao qual eu digo *tu* e que me diz *tu*. A polaridade das pessoas é na linguagem a condição fundamental, cujo processo de comunicação, de que partimos, é apenas uma consequência pragmática. Polaridade, aliás, muito singular em si mesma, e que apresenta um tipo de oposição do qual não se encontra o equivalente em lugar nenhum, fora da linguagem. Essa polaridade não significa igualdade nem simetria: *ego* tem sempre uma posição de transcendência quanto a *tu*; apesar disso, nenhum dos dois termos se concebe sem o outro; são complementares, mas segundo uma oposição “interior/exterior”, e ao mesmo tempo são reversíveis. Procure-se um paralelo para isso; não se encontrara nenhum. Única é a condição do homem na linguagem. (BENVENISTE, 1966, p. 286-287)

A linguagem é a possibilidade de subjetividade, segundo o autor, porque contém as formas linguísticas apropriadas à sua expressão, propõe formas “vazias” das quais cada locutor, em seu discurso, se apropria, e as quais se refere à sua pessoa, definindo-se como *eu* e o outro como *tu*. Fiorin e Brait (2001, p. 109) destacam, em *Estudos enunciativos no Brasil: histórias e perspectivas*, que “a categoria de pessoa é essencial para que a linguagem se torne discurso”.

A teoria enunciativa benvenistiana distingue as duas primeiras pessoas (*eu/tu*) da terceira pessoa (*ele*). As duas primeiras caracterizam-se pela unicidade, uma vez que *eu* e *tu* são cada vez únicos; pela inversibilidade, o que *eu* pensa como *tu* pode inverter-se em *eu* e tomar o *eu* como *tu*; e pela correlação de subjetividade, o *eu* é pessoa subjetiva, interior ao enunciado e exterior a *tu*, que é pessoa não-subjetiva. De outro lado, tem-se a terceira pessoa, *ele*, ou não-pessoa, pois pode ser uma infinidade de sujeitos ou nenhum.

A diferença entre a pessoa e a não-pessoa reside no tipo de referência que estabelecem. O par “eu/tu” pertence ao nível pragmático da linguagem, pois, definido na própria instância de discurso, refere a realidades distintas cada vez que enunciado, enquanto o “ele” pertence ao nível sintático, já que não tem por função combinar-se com a referência objetiva de forma independente da instância enunciativa que a contém. (FLORES e TEIXEIRA, 2005, p. 32-33)

E é justamente essa inversibilidade que assegura a intersubjetividade. Flores e Teixeira (2005, p. 34) concluem que “a intersubjetividade é condição da subjetividade, assim como a linguagem é condição da língua”. Para eles, pode-se pensar em subjetividade porque existe a intersubjetividade, uma vez que o sujeito, para se propor como tal na linguagem, tem de estar, ele mesmo, constituído pelo outro.

Desse modo, os pronomes pessoais se distinguem de todas as designações que a língua articula, pois não remetem nem a um conceito nem a um indivíduo. Não há conceito *eu* englobando todos os *eu* que se enunciam a todo instante de todos os locutores, uma vez que, conforme vimos na seção anterior, cada locutor ao se enunciar refere-se a si como *eu*. Para a teoria enunciativa de Benveniste, o *eu* não denomina nenhuma entidade lexical, ele se refere ao ato de discurso individual no qual é pronunciado e designa o locutor. É um termo que não pode ser identificado a não ser dentro do que chamamos instância de discurso, e que só tem referência atual.

A realidade a qual ele remete é a realidade do discurso. É na instância do discurso na qual eu designa o locutor que este se enuncia como sujeito. É portanto verdade ao pé da letra que o fundamento da subjetividade está no exercício da língua. (BENVENISTE, 1966, p. 288)

Assim como os pronomes pessoais, algumas outras classes, como os pronomes demonstrativos, advérbios e adjetivos, apresentam o mesmo *status* de se definirem apenas na instância do discurso na qual são produzidos, sob a dependência do *eu* que aí se enuncia. São indicadores da dêixis que organizam as relações espaciais e temporais em torno do sujeito tomado como ponto de referência: “isto, aqui, agora”. Borges (2004, p. 2) ressalta, ainda, que “os dêiticos desempenham uma função enunciativa ao relacionar o enunciado à enunciação, uma vez que a comunicação se estabelece a partir da relação entre o falante e o ouvinte”. Verifica-se então que a cada situação discursiva o referente de um dêitico pode mudar, mas não o significado dêitico, ou seja, toma como referencial o seu emprego pelo falante ou de seu interlocutor em relação ao falante. São categorias vazias e subjetivas que só adquirem estatuto concreto na e pela enunciação de *eu*.

O domínio da subjetividade estende-se ainda à noção de temporalidade. Toda organização linguística se faz com uma referência ao presente, que apresenta marca temporal interior ao discurso.

O *Dictionnaire général* define o *presente* como “o tempo do verbo que exprime o tempo em que se está”. Devemos tomar cuidado; não há outro critério nem outra expressão para indicar “o tempo em que se está” senão tomá-lo como o “tempo em que se fala”. Este é tempo eternamente “presente”, embora não se refira jamais aos mesmos acontecimentos de uma cronologia “objetiva” porque é determinado cada vez pelo locutor

para cada uma das instâncias de discurso referidas. (BENVENISTE, 1966, p. 289)

É a partir do espaço e do tempo da enunciação, segundo Fiorin e Brait (2001, p. 109), que se organizam todas as relações espaciais e temporais. E, sendo a enunciação o lugar de instauração do sujeito, este é o ponto de referência das relações espaciais e temporais. Essas relações espaciais e temporais também comportam os signos vazios, *aqui/agora*, que se tornam plenos na instância do discurso. Vale lembrar que essa característica não é exclusiva de pronomes e advérbios, mas também dos verbos, que são sempre atualizados no ato do discurso.

A teoria benvenistiana nos diz que o tempo linguístico está organicamente ligado ao exercício da fala, se organiza em função do discurso. Cada vez que um locutor emprega a forma gramatical do presente, ele situa o acontecimento como contemporâneo da instância do discurso que o menciona. Para o autor, a temporalidade é inata ao pensamento, pois, segundo ele, “o homem não dispõe de nenhum outro meio de viver o ‘agora’ e de torná-lo atual senão realizando-o pela inserção do discurso no mundo” (BENVENISTE, 1974, p. 75). Para o autor, a noção de tempo é reinventada a cada novo enunciado, uma vez que se trata de um novo momento ainda não vivido, o que é caracterizado pelo autor como uma propriedade original da linguagem.

Então, sendo o ato de fala individual e a instância do discurso cada vez nova, a temporalidade linguística é uma realidade intrapessoal e, portanto, subjetiva. Assim a temporalidade está relacionada ao locutor quando organizada no seu discurso e aceita pelo interlocutor, marcando mais um fator de intersubjetividade que, por sua vez, é a condição para se fazer possível uma comunicação linguística.

1.3 Leitura e enunciação

Pretendemos, nesta parte, apresentar algumas das diferentes posturas teóricas a respeito do ato de ler e, posteriormente, acrescentar à leitura a questão da enunciação, pois o nosso interesse aqui é justamente observar como o sujeito se marca em sua leitura.

1.3.1 Primeiras noções sobre leitura

Antes de passar, propriamente, a uma visão enunciativa da noção de leitura, cabe retomar alguns dos autores da área como forma de contextualizar teoricamente a proposta que estamos tentando esboçar.

Coracini (1995) apresenta-nos diferentes concepções de leitura. A primeira delas defende o texto como fonte única do sentido, proveniente de uma visão estruturalista e mecanicista da linguagem, na qual o sentido está fixado às palavras e às frases, dependendo diretamente da forma.

Outra vertente, apresentada pela autora, considera que a interpretação semântica dos itens lexicais está ligada à sua representação formal e ao leitor cabe apenas a tarefa de decodificar, de reconhecer os itens linguísticos já conhecidos e descobrir (tirar as cobertas) o significado dos itens desconhecidos. De acordo com essa visão, o texto ganha existência própria, independente do sujeito e da situação de enunciação. O leitor é receptor de um saber contido no texto, cujo sentido se constrói a partir de unidades menores, combináveis e recombináveis entre si. Assim caberiam distinções como significado literal/figurado (metafórico), denotativo/conotativo, objetivo

(científico)/subjetivo (artístico), considerando-se o segundo polo das dualidades como verdadeiros desvios a serem evitados em favor do primeiro polo.

A essa concepção opõe-se radicalmente a defendida pela psicologia cognitiva, segundo a qual o bom leitor é aquele que, diante dos dados do texto, é capaz de acionar esquemas, ou seja, verdadeiros pacotes de conhecimentos estruturados, acompanhados de instruções para o seu uso.

Diante desse panorama, a autora posiciona-se a favor de uma visão interacionista de leitura, por acreditar que ela se processa na interação texto-leitor, ou melhor, na interação autor-texto-leitor. Nessa concepção de leitura, o leitor, portador de esquemas mentais socialmente adquiridos, aciona seus conhecimentos prévios e os confronta com os dados do texto, construindo o sentido.

Dessa forma, o bom leitor passa a ser aquele capaz de percorrer as marcas deixadas pelo autor para chegar à formulação de suas ideias e intenções. O texto é, então, de fundamental importância, pois é a partir de sua leitura literal que o leitor encontrará os indícios para significados não literais. E, embora o leitor seja visto como sujeito ativo, porque infere e interage com os dados do texto, essa atividade é delimitada por um objeto autoritário que contém um núcleo de sentido, ou seja, um conteúdo comum, independente dos componentes situacionais e apenas as leituras que não ferem esse núcleo podem ser consideradas aceitáveis. Em outras palavras, a leitura não pode ser vista como um processo que extrai o sentido final do texto, uma vez que é ele que delimita o número de interpretações possíveis, algumas das quais podem nem ter sido planejadas pelo autor. Conforme a autora:

É o texto que predetermina, ou seja, autoriza um certo número de leituras (através das chamadas inferências autorizadas) e impede ou impossibilita outras, então, o texto é ainda autoridade, portador de significados por ele limitados, ou melhor, autorizados; o texto teria, assim, primazia sobre o leitor, que precisa, com competência, apreender o(s) sentido(s) nele inscrito(s). (CORACINI, 1995, p. 15)

A interação leitor-texto, no processo de leitura, ocorre a partir de movimentos que podem ser ascendentes ou descendentes. O movimento ascendente é um movimento do texto para o leitor, em que este explora a linearidade sequencial do código verbal escrito que compõe o texto, ou seja, explora as potencialidades linguísticas em busca de significação. O leitor aciona sua memória semântica, em busca de conhecimentos prévios armazenados sobre o assunto abordado, possibilitando estabelecer relações entre a informação que o texto traz e os conhecimentos estocados. Conforme Siqueira (2007, p. 76), “essa interação entre o já sabido e o novo provoca alterações em ambos, (...) de forma que, ao final da leitura, leitor e texto estão transformados”.

A partir dessas operações cognitivas, têm-se os primeiros passos do movimento descendente, isto é, do leitor para o texto, em que ele estabelece pontos para sua inserção no texto, a fim de ancorar sua leitura, caracterizando uma interação pragmática. O sentido passa a ser construído por meio da situação cognitiva e pragmática do leitor no texto, que Siqueira explica da seguinte forma:

Parte-se da linearidade sequencial de manifestação do código verbal e, aos poucos, estabelecem-se relações alineares que imbricam partes constitutivas do texto com diferentes dimensões e em diferentes

momentos. É um processo de deslinearização em busca dos sentidos mais profundos e mais complexos. (SIQUEIRA, 2007, p. 76)

Para o autor, construir efeitos de sentido significa elaborar o discurso que, naquele momento e naquele lugar, lê o texto. A leitura, movimentando-se de forma ascendente e descendente, explora a organização superficial e linear do texto, construindo sentidos literais, ou tenta estabelecer sentidos inferenciais, buscando o não-dito, mas inferível, através das marcas textuais do que está dito. Dessa forma, segundo Siqueira, “a leitura não se limita a uma percepção objetiva de decodificar signos, mas ganha amplitude ao ser investida de concepções subjetivas relacionadas à dinâmica de integração dos universos de conhecimento que estão sendo imbricados” (SIQUEIRA, 2007, p. 78).

O autor afirma ainda que o leitor só chegará a uma identificação de intertextualidade se tiver uma penetração inferencial no texto. No entanto, é importante lembrar que as concepções subjetivas inferidas a partir do texto precisam ser por ele autorizadas, ou seja, devem ser feitas com base nele ou se corre o risco de enveredar para delírios. Para Siqueira (2007, p. 80), “a manutenção de vínculos constantes ao texto faz com que as diferentes leituras apresentem pontos comuns, a despeito da diversidade de sentidos”.

Além das diferentes leituras, realizadas por cada indivíduo em particular, há ainda as diferentes leituras de um mesmo indivíduo em diferentes momentos de sua vida. Quer o sentido de um texto seja produzido por um leitor/sujeito, como foi dito anteriormente, que está em constante mutação, esse sentido jamais será o mesmo. E embora o dizer seja habitado pelo já-dito, ele abre sempre uma pluralidade de sentidos, pois jamais são produzidos nas mesmas circunstâncias e, portanto, são sempre novos. Silva (2006, p. 283) diz que “a leitura é fruto do processo da enunciação” sendo possível então projetar ao discurso as marcas de pessoa, tempo e espaço.

Kleiman (2004) afirma que a leitura é um ato individual de construção de significado, que se dá mediante a interação entre autor e leitor e, portanto, será diferente para cada leitor, dependendo de seus conhecimentos, interesses e objetivos do momento.

Então, sendo o leitor um sujeito ativo na construção de sentido de um texto, a(s) leitura(s) realizada(s) pode(m) não corresponder ao texto produzido, que passa a ser visto como produto do processo discursivo, ou seja, uma comunicação social. E somente uma nova situação de enunciação (leitura) seria capaz de conferir sentido a esse texto. Passamos, então, a ver o texto como um produto da enunciação, cujo sentido só se dá no uso.

Consideradas essas noções de leitura, nas especificidades das teorias em que foram concebidas, passamos, a seguir, à consideração da leitura nos aspectos enunciativos que, acreditamos, estão nela implicados.

1.3.2 A leitura como ato de enunciação

De posse dos conceitos do campo enunciativo anteriormente mencionados – linguagem, subjetividade e intersubjetividade – pretendemos aqui propor uma visão de leitura como ato enunciativo.

Do ponto de vista enunciativo, podemos pensar o processo de leitura como um ato em que o leitor apropria-se da língua, constituindo-se sujeito por meio de escolhas específicas apropriadas ao ato em questão. Em outras palavras, ler é enunciar porque o sujeito-leitor opera sobre o texto e, nesse processo, produz sentidos, o que gera diferentes

efeitos tanto de organização formal quanto de significado, visto que cada sujeito possui sua experiência pessoal.

Todo texto é produto de um discurso, que traz consigo as marcas de intersubjetividade e instaura as categorias de pessoa, tempo e espaço. E o leitor é agente na construção de sentido, pois é responsável pela manutenção do diálogo a que é convidado pelo autor.

O autor, no interior de seu texto, deixa suas marcas de subjetividade e convida o leitor a dialogar, sendo então o autor o *eu* e o leitor o *tu*. Tal relação inverte-se no momento em que o leitor instaura o diálogo e interage com o texto, marcando-se como sujeito ao designar-se *eu* em seu discurso, tomando o interlocutor (real ou imaginário) a quem se dirige com *tu* e o texto como *ele*, a não-pessoa, ou seja, o objeto do qual se fala.

Aceitar a leitura do texto como um diálogo entre autor-texto-leitor assegura essa inversibilidade de pessoa, característica da intersubjetividade. Isto implica aceitar que a leitura está marcada pela subjetividade tanto do leitor quanto do autor do texto, que se instauraram como sujeito em seus dizeres, um em contraste ao outro, por meio do uso da linguagem.

Assim, o sentido do texto se dá apenas no uso, isto é, na instância do discurso, pois a cada leitura o sujeito *eu* o interlocutor *tu* são cada vez únicos, embora o texto possa ser o mesmo *ele*, o que nos permite admitir a leitura como um ato enunciativo singular, justificando a existência de 37 leituras diferentes para um mesmo texto no *corpus* deste trabalho.

2 Metodologia

A análise, a que se propõe este trabalho, consiste em verificar como o sujeito se marca na leitura de uma peça publicitária. Para tanto, escolhemos, na composição do *corpus*, textos produzidos por alunos da EJA, Educação de Jovens e Adultos, de uma escola particular de Novo Hamburgo/RS, correspondente ao primeiro ano do Ensino Médio do ensino regular. Tais textos foram produzidos após a observação de uma peça publicitária da marca Honda, veiculada na Revista Veja de 25 de julho de 2007, exposta a seguir.



Figura 1 – Peça publicitária da marca Honda, veiculada na Revista Veja de 25 de julho de 2007.

No momento da leitura, o professor não realizou nenhum tipo de inferência a cerca do texto publicitário lido, justamente para não induzir os alunos/leitores a uma ou a outra possibilidade de leitura. Apenas se pediu para que eles observassem a propaganda e escrevessem o que dela entenderam, buscando-se, enfim, avaliar como e quais são as marcas deixadas pelo sujeito/leitor na sua leitura desse texto publicitário, verificando até que ponto a sua leitura é autorizada ou não pelo texto.

A faixa etária dos alunos varia entre 18 e 50 anos, o que compõe um material significativo, uma vez que possuem visões diferentes dos fatos do dia a dia, a partir de experiências pessoais importantes, que contribuem na construção do seu texto.

Salientamos que esta é uma avaliação parcial dos materiais em estudo, mas, com certeza, é ponto de partida para uma abordagem crítica do ensino da Língua Portuguesa, no que se refere à leitura e interpretação de textos. Como cada enunciado é único e irrepetível, entendemos que todas as ocorrências encontradas no *corpus* poderiam ser analisadas. Porém, devido à impossibilidade de esgotarmos as análises sobre as ocorrências, selecionamos fragmentos representativos, com os quais buscamos dar conta de alguns aspectos da teoria benvenistiana.

Assim, a análise obedecerá aos seguintes passos:

- a) verificar que pontos são comuns às leituras realizadas;
- b) verificar que pontos são singulares de cada sujeito.

Resta, ainda, acrescentar que a análise contemplará os dados em disposição transversal e não longitudinal, tendo em vista que se trata de 37 textos produzidos, ou seja, 37 enunciados a cerca de uma única peça publicitária.

3 Análise do *corpus*

Passamos agora para o trabalho de análise do *corpus*, em busca das marcas de subjetividade deixadas pelo sujeito na leitura da peça publicitária.

Tendo em vista que a leitura é o processo de construção de sentido, como mencionado anteriormente, e que o leitor confronta os dados apresentados no texto com o seu conhecimento prévio, o sentido pode mudar de leitor para leitor. Então, conforme a teoria da enunciação, podemos verificar que cada um desses 37 textos que compõe o *corpus* deste trabalho representa um enunciado diferente. E, cada nova leitura que deles se faça será também um novo enunciado, pois, embora falar seja falar sobre algo e esteja habitado pelo já dito, o ato de enunciação é irrepetível, porque comporta o esquema *eu-tu-aqui-agora*.

Podemos dizer, ancorados na Teoria da Enunciação de Benveniste, que o aluno/leitor, ao produzir seu texto, doravante chamado de enunciado, faz uso da língua, constituindo-se sujeito em seu dizer, escolhendo dentro da estrutura aquilo que lhe convém.

Considerando que o texto lido combina linguagem verbal e não verbal, ambas construindo explicitamente a ideia de liberdade (palavra utilizada no texto) e tranquilidade proporcionada pela moto *Honda* (através da imagem de um motociclista livre de engarrafamentos das grandes cidades), primeiramente faremos um levantamento quantitativo, observando em quantos enunciados essa ideia foi recuperada, bem como outras interpretações, além daqueles que, a partir do texto, tomaram uma outra direção de sentido.

Passemos à análise, tal como anunciada nos dois itens acima: (1) pontos comuns às leituras realizadas e (2) pontos individuais de cada sujeito.

3.1 Análise dos pontos comuns às leituras realizadas

A fim de sintetizar os dados referentes aos pontos em comuns nas leituras realizadas pelos alunos apresentamos a tabela 1. Esses dados serão analisados mais detalhadamente na sequência.

Leituras	Número de ocorrências
Recuperaram a mensagem de liberdade/tranquilidade que a moto <i>Honda</i> proporciona.	29
Recuperaram a ideia de liberdade/tranquilidade em oposição à cidade grande, sem relacioná-la com a moto.	3
Recuperaram a ideia de liberdade/tranquilidade, porém ligada a fatores externos aos apresentados no texto original.	2
Partiram para outros temas, que não estavam presentes no texto.	2
Não perceberam a ideia de liberdade/tranquilidade proposta pelo texto.	1

Tabela 1 - Pontos comuns às leituras realizadas

Vejamos, agora, como esses pontos comuns são marcados por indicadores específicos de subjetividade em especial em alguns enunciados, nos quais os leitores recuperaram o enunciado original da publicidade, recortando alguns elementos que consideramos importantes para a análise a que nos propusemos. Há, nesses enunciados, diferentes marcas de subjetividades deixadas pelo leitor, doravante chamado de enunciador, que de acordo com a Teoria da Enunciação são mecanismos linguísticos que criam determinados efeitos de sentido.

➤ Uso de terceira pessoa

Percebemos em inúmeros enunciados o uso de terceira pessoa, efeito pelo qual o sujeito busca esconder-se, negando sua presença. Como em “*com a Honda **voce**¹ faz a sua paisagem*”, “[...] *é **pros motociclistas** saírem da rotina do trânsito e ruas cheias e mudar para as estradas vazias, e também para relaxar e viajar*” ou “*Quando **uma pessoa** está estressada nada melhor que pegar sua Honda e sair viajar e ver outras paisagens*”.

➤ Marcas de pessoas *eu/tu*

Enunciados construídos com a primeira pessoa do plural, em que o enunciador pretende uma interação com o *tu*, incluindo-se no grupo de pessoas atingidas pelos benefícios que a moto possibilita, mas quem sobressai é o *tu*, sugerem um alto grau de pessoalização. E são visto em “[...] ***devemos** imaginar um mundo melhor, um trânsito melhor, adquirindo uma Honda, **damos** asas à nossa imaginação e **conseguimos** ver outro mundo, outras paisagens, ou seja, uma vida melhor*” ou em “***Devemos** sair da rotina, sair da loucura que é uma cidade grande [...] em cima da moto deles a paisagens se transforma, tudo melhora*”.

➤ Marcas de tempo

¹ As palavras e expressões recortadas do *corpus* do trabalho foram aqui registradas conforme a grafia feita pelos alunos.

*“Comprando uma moto Honda sentiremos liberdade, encurtaremos as distâncias e as fronteiras e seremos felizes **para sempre**”, “Compre sua ronda e seja livre para sair da cidade e de engarrafamentos **a hora que desejar**”, “[...] com uma Honda podemos sair **quase que instantaneamente** de uma ambiente estressado com trânsito intenso e rodeado de arranha-céus, para um ambiente rodado de verde [...]”.*

Nesses exemplos, vemos que o enunciador seleciona as expressões temporais “para sempre”, “a hora que desejar” e “quase que instantaneamente”, relacionando-as aos aspectos positivos apresentados pela peça publicitária acerca da moto Honda, propondo até mesmo um tom irônico, dando a entender que não acredita muito naquilo que o texto pretende convencê-lo.

➤ **Marcas de espaço**

Percebemos, em inúmeros enunciados produzidos, que os enunciadores relacionaram a cidade a aspectos negativos (*barulho, stress, correria, loucura, caos, rotina*) e que a moto seria, então, o meio mais eficaz de fugir desse lugar negativo e ir para *um lugar diferente do cotidiano, um cenário rural, com liberdade, uma estrada vazia, onde a meta é o horizonte*.

*“Saia da rotina, **da cidade sitiada**, cheia de barulhos, stress, correria, muita loucura. Motociclista, pegue a sua Honda e vá curtir seu dia em **um lugar diferente** do cotidiano”.*

*“Do caos da cidade a um cenário rural com liberdade. Fora da rotina da cidade. Com uma chave de moto rabiscando. O que todo motociclista deseja. **Uma estrada vazia** e a meta é o **horizonte**. Por outro lado a Honda o fabricante induz a sua moto como o melhor meio de fugir da rotina com uma liberdade que só a moto proporciona [...]”.*

Todos esses enunciados, vistos anteriormente, enquadram-se com o que classificamos, na Tabela 1, como enunciados que recuperaram a mensagem de liberdade/tranquilidade que a moto *Honda* proporciona. Através de todos os recursos até aqui apresentados, o enunciador buscou transmitir essa mensagem, sendo essa a leitura feita da peça publicitária observada.

3.2 Análise dos pontos individuais de cada sujeito

Passamos agora à análise dos pontos individuais apresentados na leitura de cada sujeito participante desta pesquisa.

➤ **Marcas de Subjetividade/ Intersubjetividade**

A intersubjetividade é o aparelho de funções, segundo Benveniste, por meio do qual são criados efeitos de sentido que revelam o *eu* e seus objetivos em relação ao *tu*. É formado por recursos linguísticos como a interrogação, a asserção, a intimação e a modalidade, por meio dos quais o *eu* instaura um *tu* e estabelece um diálogo. De modo que o alocutário pode tornar-se sujeito e ser levado a agir de acordo com os propósitos do sujeito enunciador, conforme os efeitos de sentido criados por ele.

Em *“Gostaria de mudar de vida? Conhecer novos lugares, adquira uma Honda e viva o mundo intensamente”*, o enunciador utiliza uma interrogação a fim de suscitar uma resposta de seu alocutário, estabelecendo uma marca dialógica em seu dizer.

Muito presente também, nos enunciados produzidos, foi a intimação, por meio da qual o enunciador ordena ou faz um apelo ao seu alocutário, caracterizando mais uma marca dialógica. Comprovado em *“No dia 27 de julho **ande** numa moto Honda e **esqueça** os problemas da cidade”, “**Compre** sua Honda **sai** de férias e **mude** a rotina” ou “...**troque** o*

agito do dia por uma tranquilidade e sentir o vento e seu rosto, com uma Honda. Crie ideias com seus amigos. Junte-os e aproveitem o que a Honda tem a oferecer. Mude de ideia vá longe”.

O uso de asserções também pode ser verificado entre as leituras realizadas sobre a peça publicitária em questão. Enunciados em que o enunciador traz certezas em relação à moto Honda, posicionando-se no eixo do saber, fazendo o alocutário aderir ao seu saber, como é o caso dos enunciados *“Os dias são tão corridos, são tantos problemas, e para quem tem um Honda a vida passa com mais tranquilidade, ter uma Honda permite uma visão melhor da vida”, “Em cima de uma Honda, independente do local que estiver, a paisagem sempre será a mais bela”* ou *“Com uma Honda seu caminho fica mais limpo sem muito stress (do trânsito)”*.

Ainda no campo da certeza, notamos enunciados em que o sujeito acionou sua memória semântica, como dito anteriormente, em busca de conhecimentos prévios armazenados sobre o assunto abordado, no caso a moto Honda, possibilitando estabelecer relações entre a informação que o texto traz e os conhecimentos estocados, apresentando novos argumentos, para convencer seu alocutário. Como vemos nos exemplos: *“É para fazer os motoristas de carros sentirem a sensação de liberdade dos motociclistas que não tem congestionamento não tem um alto consumo de gasolina e a rapidez de chegar aonde quer”, “Mostra a facilidade de uma moto que você com muito pouco tempo anda em vários lugares sem obstáculos. E por outro lado mostra uma moto de força para viagens longas que com uma moto normal não se tem tanto conforto. E agradece aos clientes por ser uma potência em vendas no Brasil”*.

Outros enunciados apresentaram expressões de possibilidade, no campo da modalização, de forma a não se impor ao alocutário, colocando seu discurso no eixo do crer, como, por exemplo, *“A 3ª propaganda nos dá idéia que com uma Honda podemos sair quase que instantaneamente de um ambiente estressado com trânsito intenso e rodeado de arranha-céus, para um ambiente rodeado de verde com ar puro e uma estrada livre, com liberdade para curtir uma bela paisagem”* ou *“[...] mostra que com uma Honda, você pode mudar de vida, que a vida vai melhor se você estiver uma moto Honda [...]”*.

É interessante notar como os diferentes sujeitos realizam diferentes leituras acerca de um mesmo texto. Vemos em *“Os dias são tão corridos, são tantos problemas, e para quem tem uma Honda a vida passa com mais tranquilidade, ter uma Honda permite uma visão melhor da vida”*, que o enunciador destaca em sua leitura o que na peça publicitária está em segundo plano, que é a imagem da cidade agitada, para depois apresentar a solução a esse problema, no caso a posse da moto Honda. O mesmo acontece em *“Devemos sair da rotina, sair da loucura que é uma cidade grande, da poluição e o fabricante nos quer dizer que em cima da moto deles a paisagem se transforma, tudo melhora”*.

Já em *“Com uma moto Honda, não tem tranqueira, você sai de um trânsito caótico pra ser livre, leve e solto. Compre sua Honda você também”* ou *“Com uma Honda seu caminho fica mais limpo sem muito stress (do trânsito)”*, o destaque dado pelos enunciadores foi a moto e em segundo lugar ficou a cidade movimentada, acompanhando o mesmo movimento representado pelo texto original.

Nos enunciados *“[...] Devemos tirar tempo, para respirar um ar puro, e ver o verde dos campos, esquecer dos problemas e das correrias do dia a dia, pois nosso corpo necessita disso, até mesmo para ter uma saúde melhor”* e *“Diz que nem sempre o motociclista é respeitado no trânsito, aí essa frase fala de um lugar que tem ‘respeito’ com eles pois numa estrada tranquila você dirige com mais tranquilidade; e na capital o motociclista não é muito respeitado por seus colegas de trânsito”*, os enunciadores

apresentam aspectos como *tranquilidade, ar puro, o verde dos campos* em oposição a *problemas, correria do dia a dia, capital, trânsito congestionado*, mas em nenhum momento mencionam que a passagem do primeiro lugar/estado para o segundo se dá através de uma moto Honda. Para esses enunciadores, a mensagem principal percebida em sua leitura é a qualidade do lugar em que a pessoa se encontra.

Já em *“Para vencer obstáculos, para sair do tumulto **batalhar é uma opção para ficar livre e sem obstáculos**”*, o enunciador mostra que o ideal de liberdade é conquistado exclusivamente pela pessoa, por meio de sua *batalha* e em nenhum momento o relaciona com a aquisição de uma moto. O mesmo acontece em *“Por mais que eu esteja numa cidade, situação ruim é somente eu mesma que posso mudar a situação, ‘mudar a paisagem’”*.

Por outro lado, podemos verificar que alguns enunciadores fizeram inferências de outros campos de seu saber, de modo que em sua leitura não constam aspectos relacionados aos propostos pela peça publicitária, tais como liberdade/tranquilidade x agitação da cidade grande e a conquista dessa sensação por meio de uma moto. Conforme vemos em *“O motoqueiro viajando. **Às vezes as pessoas se cegam por bens materiais e se esquecem de suas vidas e objetivos**”* e *“Diversificar os hábitos, as ações o dia a dia de vez em quando pode ser legal. Afinal a mesmas coisas sempre, às vezes enjoa. **Trocar de mulher, de repente pode ser bom!**”*. Tais exemplos mostram nitidamente como a leitura é marcada pela subjetividade daquele que a faz. Nestes casos, porém, o leitor, ao fazer suas inferências, afastou-se do texto original apenas tangenciando a ideia por ele proposta, principalmente em *“as pessoas se cegam por bens materiais”* o que de modo algum está representado pela publicidade lida.

Conclusão

Defendemos a noção básica de que a leitura é um ato de enunciação único e irrepetível, em que o leitor faz uso de uma instância de discurso composta de um locutor e de um alocutário, num tempo e espaço. Categorias, essas, que evidenciam o fato de o sentido produzido no processo de leitura dar-se apenas no uso.

Por meio das evidências trazidas pelas análises, podemos comprovar o caráter subjetivo da leitura pelas diversas maneiras como cada leitor/aluno lê o enunciado proposto, selecionando aquilo que considera mais significativo e apresentando características particulares na sua resposta ao texto lido, através do uso de um aparelho de funções, que abrange a interrogação, asserção, intimação e modalidade.

Acreditamos que as relações realizadas pelos locutores são muito significativas para compreendermos como cada um chega à sua interpretação, via intersubjetividade, condição do diálogo com o texto. O leitor constrói o sentido do texto pela sintagmatização somada à semântica, recuperando ou não o enunciado, com inovações subjetivas. As diferenças nas leituras estão na escolha das palavras que cada um faz no instante em que toma o sistema da língua e realiza a construção do seu enunciado. Cabe ao professor ponderar sobre essas diferenças, uma vez que o ato enunciativo que compõem a leitura é um acontecimento único, havendo muitas respostas possíveis para uma mesma atividade de leitura proposta.

Esperamos, portanto, que esta análise possa contribuir aos professores de língua materna no que se refere às aulas destinadas à interpretação de texto, fornecendo subsídios para que possam diagnosticar como o aluno chega a uma ou a outra leitura – tomando-a, a partir de agora, como um ato enunciativo, carregado de subjetividade – para, então, melhor orientá-lo a fim de que busque sempre respostas autorizadas pelo texto,

sabendo que as inferências que realiza não podem surgir apenas de sua subjetividade, mas que devem ser ancoradas no texto, de modo a não enveredar para caminhos que fogem da temática.

É importante, ainda, que os professores de língua materna levem em conta que a linguagem não é apenas um elemento a ser avaliado, mas trabalhado, para que os alunos possam se constituir como sujeitos da sociedade, possibilitando uma oportunidade de imporem-se como cidadãos conscientes de seus deveres e direitos, capazes de realizar críticas, construir reflexões e proporem soluções para sua cidadania.

Salientamos que este trabalho não encerra as possibilidades de análises, mas pretende contribuir para uma reflexão sobre as propostas tradicionais de leitura e interpretação de textos, abordadas no ensino escolar.

BOEFF-VARGAS, R. J. ENUNCIATIVE ASPECTS OF THE INTERSUBJECTIVITY IN THE READING

Abstract

In this work, we intend to identify brands of subjectivity in reading an advertisement in the light of the Enunciation theory of Émile Benveniste, in order to propose a reading as an act of enunciation, unique and unrepeatable. Therefore, we analyzed the readings performed by students of EJA, corresponding to the high school, observing the linguistic resources through which these subjects are marked in that reading.

Keywords

Subjectivity; Benveniste; Reading; Enunciation, Text advertising

Referências

BENVENISTE, Émile. *A natureza dos pronomes*. In: BENVENISTE, Émile. *Problemas de Lingüística Geral I*. Campinas, SP: Pontes, 1995. p. 277-283.

_____. *Da subjetividade na linguagem*. In: BENVENISTE, Émile. *Problemas de Lingüística Geral I*. Campinas, SP: Pontes, 1995. p. 284-293.

_____. *A linguagem e a experiência humana*. In: BENVENISTE, Émile. *Problemas de Lingüística Geral II*. Campinas, SP: Pontes, 2006. p. 68-80.

_____. *O aparelho formal da enunciação*. In: BENVENISTE, Émile. *Problemas de Lingüística Geral II*. Campinas, SP: Pontes, 2006. p. 81-90.

BORGES, Paulo R. S. *A pessoalização do pronome a gente sob a perspectiva da Teoria da Enunciação de Émile Benveniste*. In: *1º Colóquio Leituras de Benveniste*. Porto Alegre, RS: 2004 (no prelo).

CORACINI, M. J. R. F., *Leitura: decodificação, processo discursivo...?* In: *O jogo discursivo na aula de leitura: língua materna e língua estrangeira*. Campinas, SP: Pontes, 1995.

FIORIN, J. L. *Categorias da Enunciação e Efeitos de Sentido*. In: Beth Brait. (Org.). *Estudos enunciativos no Brasil: histórias e perspectivas*. 1 ed. Campinas: Pontes, 2001, v. 1, p. 107-129.

FLORES, V. do N. *A lingüística comporta a enunciação: Émile Benveniste*. In.: FLORES, V. do N. e TEIXEIRA, M. *Introdução à Lingüística da Enunciação*. São Paulo: Contexto, 2005, p. 29-44.

KLEIMAN, Ângela. *O ensino da leitura: a relação entre modelo e aprendizagem*. In: *Oficina de Leitura*. São Paulo: Pontes, 2004.

SILVA, F. M. *Enunciação e leitura*. In.: *Revista Letras*, Curitiba: Ed. UFPR, 2006.

SIQUEIRA, J. H. S. *Enunciação e leituras perceptiva e conceptiva*. In.: *Letras de Hoje*. Porto Alegre, 2077.