

ANÁLISE DO DISCURSO DO GÊNERO *PANFLETO*

Márcio Rogério de Oliveira Cano¹

Considerações iniciais

O objetivo deste trabalho é desenvolver a análise de um gênero do discurso publicitário, o *panfleto*, como um gênero de características cotidianas, ou seja, um gênero que pretende interpelar o interlocutor em momentos de total distração, mas que faça com que ele tenha uma reação em relação ao discurso apresentado. Para isso, trata-se de um enunciado rápido, direto, tal qual uma conversa cotidiana, mas que se encaixa nas coerções de um gênero do discurso do tipo publicitário.

Em um primeiro momento, é necessário que definamos o que entendemos por *panfleto*, ou, pelo menos, como podemos caracterizar o *panfleto* que aqui utilizaremos como *corpus*. É preciso, primeiramente, retirá-lo do conceito tradicional de discurso panfletário. Tal discurso já foi bastante analisado mesmo dentro de várias correntes da Análise do Discurso. Esse gênero específico encontra-se dentro do tipo de discurso político e tem por objetivo propagar uma ideia política, um posicionamento ideológico e atingir um público eleitor ou inserido no discurso político-ideológico,

O *panfleto* é definido em termos de ato pelo qual o enunciador se engaja, se coloca como fiador do que constata e procura influenciar o auditório. O *panfleto* distingue-se pela forte presença do enunciador no discurso, por um eu performativo. (Amossy, 2005, p.20)

Em segundo lugar, também não trataremos do gênero *panfleto* que circula no discurso publicitário do tipo institucional. Aquele em que se veiculam *panfletos* preocupados com a conscientização em relação a doenças, meio ambiente, drogas etc. Nesses casos, o leitor-modelo é diferente daquele do discurso cotidiano, pois interpela um interlocutor já inserido no discurso da prevenção, que já tenha ouvido o tema de preocupação pública que o *panfleto* aborda.

Por fim, trataremos sim daquele *panfleto* do discurso publicitário cotidiano. Aquele *panfleto* que só pode enlaçar o leitor se de fato ativar algo que esse leitor necessite devido à situação em que se encontra no momento. No nosso caso, é o *panfleto* de conteúdo esotérico, distribuído aleatoriamente nas ruas de São Paulo e que busca chegar ao leitor por meio de uma *conversa* rápida e direta. Segue-se o conteúdo do *panfleto*: *Dona Madalena joga búzios, tarô, lê mão. Vê o futuro. Faz amarração para o amor.*

Para analisar esse enunciado, recorreremos aos estudos desenvolvidos por Dominique Maingueneau (2005).

Por fim, faz-se necessário entender de quais conceitos gerais partiremos e que são básicos para o entendimento do texto. Tomaremos por discurso a proposta de Maingueneau (2005) que o apresenta como uma organização situada para além da frase, orientada por uma finalidade em função da perspectiva assumida pelo locutor que busca agir sobre o outro. No bojo desse conceito, encontra-se o enunciado como um produto

¹ Doutorando (CNPq) do Programa de Estudos Pós-Graduados em Língua Portuguesa da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). E-mail: mr.cano@uol.com.br

acabado dessa ação, ou seja, trata-se da marca verbal, constituída como uma unidade de comunicação verbal, sequência dotada de sentido e sintaticamente completa. Para tanto, texto possui equivalência ao conceito de enunciado.

O discurso esotérico

Como mencionamos acima, nosso panfleto encaixa-se no tipo de discurso publicitário. Ao abordar tipos e gêneros do discurso, Maingueneau (2005) entende que categorias do “discurso polêmico”, “didático” e “prescritivo” entre outros indicam a orientação comunicacional do enunciado, ou então, pode-se classificar os discursos por meio de suas funções sociais, como a função religiosa, a função lúdica entre outras. Seja por meio das categorias ou das funções sociais, entendemos que o panfleto em análise se encaixa nas situações que têm como objetivo tornar público um serviço desenvolvido por um indivíduo no sentido de que as pessoas alvo desse discurso venham a ser persuadidas a utilizarem tal serviço. Ora, estamos falando então do tipo de discurso publicitário, portanto o enunciado se manifesta dentro de um gênero do discurso publicitário.

Para entendermos o conceito de gêneros, recorreremos aos estudos do autor que aponta os gêneros do discurso “como dispositivos que só podem aparecer quando certas condições sócio-históricas estão presentes” (*op. cit.*, p.61). Isso se diferencia dos tipos de discurso que se circunscrevem nos setores de atividades, portanto, utilizando o exemplo do próprio autor, o *talk show* é um gênero do discurso, no interior de um discurso televisivo que faz parte de um conjunto mais vasto, o midiático. Portanto, o gênero possui um caráter variável e a tipologia um caráter mais estático. Lembramos que tal conceito não foge àquele já desenvolvido por Bakhtin (2000) quando diz que o gênero é um todo único, formado pelo tema, estrutura composicional e estilo. A estrutura composicional é, relativamente, estável, ou seja, em dada esfera, os indivíduos possuem um arsenal de gêneros possíveis que apresentam, no momento da interação, de forma mais ou menos igual. Alguns são mais maleáveis que outros.

O discurso publicitário, portanto, é um tipo, pois possui uma certa estabilidade histórica. Já o panfleto, para se realizar, precisa encontrar uma situação sócio-histórica concreta. O panfleto para ser panfleto precisa variar de acordo com o seu público. Um panfleto voltado para o esclarecimento de doenças sexualmente transmissíveis em nenhuma situação teria uma estrutura linguística idêntica a um panfleto de consulta esotérica. No primeiro caso, o leitor precisa de uma expansão maior da explicação de como se prevenir em relação às doenças, possui outros pressupostos que permitem chegar a construir sentidos. No segundo caso, o panfleto surge quase como uma conversa informal em que se avisa o leitor de um serviço que atenderá a uma carência íntima sua. Esse caráter variável é que o torna um gênero.

Além disso, o leitor identifica no conteúdo uma finalidade legítima, pois, ao se colocar como leitor do enunciado, entende que um serviço está sendo oferecido. Isso o torna parceiro legítimo do enunciador. Estabelecendo, dessa forma, uma interação entre co-enunciadores mediada pelo princípio da cooperação, ou seja, para que os discursos sejam de fato atos de comunicação há regras tácitas que são respeitadas pelos interlocutores nos momentos de produção e compreensão de textos. Nesse sentido, podemos falar dos subentendidos que estão relacionados ao contexto. Se *Dona Madalena joga búzios, tarô, lê mão e ainda vê o futuro*, logo se trata de uma pessoa qualificada para dizer o que o leitor pode ou não fazer. Podemos reparar que o verbo *ver*

é diferente de *prever*, o que torna a ação mais concreta, o leitor, alçado a leitor-modelo, entende que alguém que vê o futuro, vê a situação tal qual a situação real e recupera que Dona Madalena esteja falando a verdade daquilo que se propõe a fazer. Trata-se do princípio da sinceridade.

Podemos ainda falar dos pressupostos, que são aquelas inferências imediatas implícitas no enunciado, mas compartilhados entre leitor e enunciador. A expressão *Faz amarração para o amor* conta com o pressuposto compartilhado de que o amor está solto, perdido, longe do indivíduo carente. Os pressupostos também repousam no princípio da cooperação.

Tais inferências são possíveis graças às grandes redes de conhecimento partilhadas entre interlocutores. Tratam-se dos conhecimentos ligados à competência enciclopédica, à competência genérica e à competência linguística. A competência enciclopédica é aquela acumulada por todas as atividades verbais das quais participamos. Tais atividades vão sendo estocadas em nossa memória e dão conta de nos fazer entender as situações com as quais temos contato sem termos que entendê-las pela primeira vez. Se, ao pegarmos um panfleto como este na rua e optarmos por lê-lo ou não, isso pode ser decorrente do conhecimento que temos de consultas esotéricas. Pessoas que, por meio desse conhecimento, não acreditam em tais poderes, nem leem o escrito, já outras que acreditam, só tornam isso possível, pois faz parte de seu conhecimento enciclopédico palavras e expressões como *tarô*, *búzios*, *amarração para o amor* que ativam os sentidos ligados ao esoterismo.

A competência genérica nos dá a capacidade de perceber que cada discurso apresenta-se dentro de um gênero específico, como mencionamos acima. Ao tomar contato com o panfleto, o leitor assume o papel que o gênero lhe impõe, ou seja, consumidor, ao mesmo tempo em que atribui à voz que fala em nome de Dona Madalena o papel de quem está vendendo um serviço. Por fim, a competência linguística está na base dessas outras competências e o leitor só interpreta o enunciado porque lança mão também desses conhecimentos.

Passemos agora a análise do que Maingueneau apresenta na categoria dos *Midiuns*. Trata-se de um dos componentes previstos desde o início da organização da fala, ou seja, quando o sujeito iniciou a enunciação sobre os serviços de Dona Madalena já pensou em um *midium* específico que condiciona uma estrutura específica. Ao pensar na publicidade desse tipo de serviço, sabe-se que a opção pelo panfleto, escrito e impresso, é o mais adequado para se atingir os objetivos e tal panfleto requer um enunciado rápido e direto, com frases curtas e objetivas. No caso, traz todas as características que o autor apresenta para os *midiums* escritos: circula longe da sua origem, o que implica em um não controle de sua recepção. Além disso, o co-enunciador não pode reagir imediatamente. Nessa modalidade, o leitor já toma contato com a totalidade do texto, podendo organizar o seu ritmo de apropriação, criticar, comparar. É importante reparar também que, por se tratar de um *midium* impresso, as marcas do enunciador tendem a ser mais apagada. Ora, não é Dona Madalena que fala, mas alguém que fala por ela, portanto a autonomia do leitor aumenta.

A cena esotérica

Todo enunciado acontece em um espaço estável onde adquire sentido, esse espaço é denominado por Maingueneau (2005) como um quadro cênico, em que se juntam duas cenas: a cena englobante e a cena genérica. A cena englobante diz respeito

ao tipo de discurso, como já mencionamos, e conta com a possibilidade do co-enunciador recuperá-lo para situar-se e entender o enunciado. Isso implica dizer que, ao tomar contato com um panfleto, primeiramente, é preciso que o indivíduo saiba que foi alçado para dentro de uma cena do tipo de discurso publicitário, para não desviar a sua interpretação. Porém, somente essa cena não é suficiente, o co-enunciador ainda precisa entender em qual cena genérica se encontra a fim de saber qual o papel deve desempenhar para ser de fato o co-enunciador projetado pelo gênero do discurso em que o enunciado se encontra. A cena genérica projetada por uma situação comunicativa em que circula um panfleto requer um enunciador distante, estrategicamente apagado da enunciação e um co-enunciador também difuso, perdido em uma imensa possibilidade de indivíduos que tomarão contato com o texto.

Essas duas cenas que compõem o quadro cênico são responsáveis por dar uma certa estabilidade aos gêneros sem que a cada enunciação seja necessário inventar uma nova cena genérica. Mas não é exatamente com essa cena genérica que o leitor se confronta, mas com a cenografia que legitima a enunciação. Para Maingueneau (2005):

A cenografia implica, desse modo, em processo de enlaçamento paradoxal. Logo de início, a fala supõe uma certa situação de enunciação que, na realidade, vai sendo validada, progressivamente por intermédio da própria enunciação. Desse modo, a cenografia é ao mesmo tempo a fonte do discurso e aquilo que ele engendra; ela legitima um enunciado que, por sua vez, deve legitimá-la [...]. (p.88)

No nosso texto de análise, temos um enunciado não-embreado, ou seja, não há marcas que liguem ao enunciador e nem ao espaço e tempo da enunciação. Temos sim, uma não-pessoa, representada pela terceira pessoa, que pratica ações voltadas para o esoterismo. É como se alguém apresentasse a Dona Madalena a seu interlocutor, é a essa cena de apresentação que o co-enunciador é envolvido. Na medida em que o enunciado progride, apresentando as ações que Dona Madalena desempenha, é que o enunciado vai se legitimando e ao mesmo tempo a fonte do discurso se legitima.

Considerações finais

Ao iniciarmos esse estudo, propusemos mostrar de que forma o panfleto se encaixa dentro de um gênero do discurso. Por meio das categorias de cena genérica e conhecimento genérico, pudemos perceber que o panfleto mobiliza uma série de conhecimentos do co-enunciador que o fazem assumir o papel projetado pelo gênero, o que implica a sua eficiência na situação comunicativa. Para isso, foi mostrada a necessidade que esse gênero possui em assumir um diálogo direto, rápido e objetivo, interpelando um interlocutor, geralmente, em uma situação de distração. Isso evidenciou a forma como os gêneros variam historicamente ou socialmente, pois não teríamos as mesmas coerções caso se tratasse de um panfleto inserido no tipo de discurso político ou público institucional. Por fim, as categorias utilizadas para a Análise do Discurso sistematizadas por Maingueneau (2005) mostram-se como um caminho possível para desvelar os sentidos possíveis dos gêneros que circulam em nossa sociedade.



Referências

- AMOSSY, R. *Imagem de si no discurso*. São Paulo: Contexto, 2005.
BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2005.