

**VEM PRA RUA: INTERPRETAÇÃO E SENTIDO****Rodrigues de Souza BORTOLOZZO (UNEMAT)¹**

RESUMO: "*Vem Pra Rua*" é uma canção criada para ser *jingle* da campanha publicitária da Fiat para a Copa das Confederações FIFA de 2013. A letra foi composta por Henrique Ruiz Nicolau em apenas 3 horas e tem assinatura da produtora *S de Samba*, que produz canções para o mercado publicitário desde 1998. O cantor Marcelo Falcão, vocalista da banda O Rappa, foi convidado para emprestar sua voz ao *jingle*. A canção ganhou destaque em junho de 2013 ao virar "hino" dos manifestantes nos protestos ocorridos nas ruas, em algumas cidades do Brasil em 2013. Apesar da composição fazer parte de uma campanha publicitária, em momento algum a marca é citada, fato que contribuiu para a sua popularização. Versos como "*Vem pra rua / Porque a rua é a maior arquibancada do Brasil*" foram cantadas por manifestantes nas ruas em vários atos organizados pela internet. Montagens de fotos e vídeos dos protestos têm usado a canção como trilha sonora. O slogan "vem pra rua" tem sido muito utilizada para divulgar imagens e informações a respeito dos protestos. Por questões contratuais, a música não pode ser tocada nas rádios. Sobre o uso da música nos manifestos, João Ciaco, diretor de marketing da Fiat, disse que "*a música não é mais da Fiat, é das pessoas*".

Palavras-chave: Significação, Manifestações, Sentido, Interpretação.

Abstract: "Come To Street" is a song created for the jingle advertising campaign for Fiat for the FIFA Confederations Cup 2013. The letter was composed by Henry Nicholas Ruiz in just 3 hours and has signature producer S Samba, which produces songs for the advertising market since 1998. The singer Marcelo Falcão, singer of the band O Rappa, was asked to lend his voice to the jingle. The song gained prominence in June 2013 to turn "anthem" of protesters in the protests in the streets in some cities in Brazil in 2013. Although the composition part of an advertising campaign at any time the mark is mentioned, which contributed for their popularization. Lines like "Come to street / Because the street is the largest stands of Brazil" were sung by demonstrators in the streets in various activities organized by internet. Photo montages and videos of the protests have been using the song as soundtrack. The slogan "come to the street" has been widely used to disseminate images and information about the protests. For contractual matters, the music can not be played on the radio. On the use of music in manifestos, John Ciaco, marketing director of Fiat, said that "music is not the Fiat, is the people."

Keywords: Meaning, Manifestations, Sense Interpretation.

Introdução

O objetivo deste trabalho é fazer uma análise do enunciado "Vem pra Rua" que intitula na matéria jornalística publicada no blog do JJ publicidade e marketing em 18 de Junho de 2013, embasado nos conceitos teóricos da análise de discurso fundada por Pêcheux e desenvolvida por Eni P. Orlandi. Este artigo contribui para uma construção de significação,

¹ Acadêmico do curso de Licenciatura Plena em Letras pela Universidade do Estado de Mato Grosso.



interpretação e sentido. Descreveremos como as manifestações ocorreram em Junho de 2013 e trabalharemos os conceitos de condição de produção, formação discursiva, interdiscurso, paráfrase e polissemia e compreender a significação do slogan, ou melhor, entender qual a concepção de entendimento se dá no enunciado “Vem pra Rua”.

1. Análise do Discurso

A Análise de Discurso, como seu próprio nome indica, trata do discurso. E a palavra discurso etimologicamente tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: como o estudo do discurso observa-se o homem falando. (Orlandi, 1992, p.15)

De acordo com Orlandi (1992, p. 15), na Análise de Discurso procura-se compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e sua historia.

Em suma, a análise de Discurso visa à compreensão de como um objeto simbólico produz sentidos, como ele está investido de significância para e por sujeitos. Essa compreensão, por sua vez, implica em explicitar como o texto organiza os gestos de interpretação que relacionam sujeito e sentido. Produzem-se assim novas práticas de leitura. (Orlandi 1992, Pag. 26).

Para a AD, o discurso é a prática social de produção de textos, isto significa que todo discurso é uma construção social, não individual, e que só pode ser analisado considerando seu *contexto* histórico-social, suas condições de produção; significa ainda que o discurso reflete uma visão de mundo determinada, necessariamente, vinculada à do(s) seu(s) autor(es) e à sociedade em que vive(m).

O texto, por sua vez, é o produto da atividade discursiva, o objeto empírico de análise do discurso; é a construção sobre a qual se debruça o analista para buscar, em sua superfície, as marcas que guiam a investigação científica. É necessário, porém salientar, que o objeto da análise do discurso é o *discurso*. Portanto o objetivo da AD é compreender como um texto funciona como ele produz sentidos, sendo ele concebido enquanto objeto linguístico-histórico. (Pêcheux, 1983, *Apud* de Eni Orlandi, 1996, p. 56).

2. Canto de manifestação



A campanha da Fiat “Vem pra Rua”, como o nome já sugere, convoca uma mobilização do público para torcer pela Seleção Brasileira de futebol. Pelo menos este é o mote do vídeo criado pela Agência Fiat/ Agência Click Isobar e Leo Burnett Tailor Made. Acontece que o refrão da campanha, cantado pela banda O Rappa, ganhou um tom militante e virou o hino das manifestações, dos movimentos, que a sociedade retomou contra os aumentos do governo. Essas manifestações ocorreram em Junho de 2013 em muitos Estados brasileiros, inicialmente pelo aumento das tarifas de passagem de ônibus o que acarretou numa série de outros tons militantes pela falta de saúde, segurança e infraestrutura à população brasileira.

Assim “Os processos parafrásticos são aqueles pelos quais em todo o dizer há sempre algo que se mantém, isto é, o dizível, a memória”. (Orlandi 1992, p.36).

A paráfrase se representa assim o retorno aos mesmos espaços do dizer, ou seja, a manifestação se utilizou de um já dito, pois, retomou a música cantada na propaganda da Fiat. Por outro lado a polissemia traz a possibilidade de um novo sentido, de deslocamento, ruptura, multiplicidade do sentido do discurso, ou seja, são duas forças que trabalham continuamente o dizer, entre o mesmo e o diferente, pois, é um discurso já dito anteriormente que retoma num novo sentido de dizer, num novo enunciado, que desenvolverá um novo sentido.

Vem vamos pra rua
Pode vir que a festa é sua
Que o Brasil vai tá gigante
Grande como nunca se viu
Vem vamos com a gente
Vem torcer, bola pra frente
Sai de casa, vem pra rua
Pra maior arquibancada do Brasil
Ooooh
Vem pra rua
Porque a rua é a maior arquibancada do Brasil.

A música que foi criada para ser um projeto da Fiat, revendedora de automóveis, circulou pelas redes sociais e rapidamente foi ganhando uma releitura do público ouvinte, e o mesmo, começou a exibir imagens das manifestações a partir da música cantada pela banda O Rappa, que se tornou uma paráfrase certa dos protestos, pois, cantavam o já dito, mas com outra significação. A propaganda utiliza-se dos costumes populares da sociedade, mas, na



ordem dos fatos foi os costumes populares que se utilizaram da propaganda criada para uma campanha publicitária da Fiat.

De acordo com Orlandi (1992, p. 42) pode-se dizer que o sentido não existe em si, mas é determinado pelas posições ideológicas colocadas em jogo no processo sócio – histórico em que as palavras são produzidas, ou seja, as palavras mudam de sentido segundo as posições daqueles que as empregam.

3. Vem pra rua: significação

Na imagem retirada de um blog, onde também circulou pelas redes sociais, vê-se um homem segurando uma enorme faixa amarela com seguinte enunciado em largas letras pretas “Vem pra rua”.



A faixa amarela traz em si uma memória, a observarmos do ponto de vista de manifestações, o amarelo tem sido a cor de atenção, de assimilar coisas inovadoras. Por outro lado, a palavra, escrita em preto, parece apoiar uma posição de poder, da sobriedade, da hombridade, sugerindo à população protestante a inovação, a libertação, o poder de ir para as ruas e perder o medo de falar. O que resumimos, é o dizer que a faixa amarela mobiliza os sentidos de atenção. Para percebermos estes sentidos, basta que produzamos uma paráfrase, ou seja, se fosse uma faixa branca escrita em verde: *vá para a rua*, ou seja, outro modo de dizer, as cores e as palavras seriam mobilizados produzindo outros efeitos sentidos. A cor



branca está ligada historicamente a paz, a pureza. Sobre o fundo verde, as palavras “*Vá para a rua*” fazem o apelo a esperança.

Para que uma palavra faça sentido é preciso que ela já tenha sentido. Essa impressão do significar deriva do interdiscurso – o domínio da memória discursiva, aquele que sustenta o dizer na estratificação de formulações já feitas, mas “esquecidas”, e que vão construindo uma história dos sentidos. Toda fala resulta assim de um efeito de sustentação no já dito que, por sua vez, só funciona quando as vozes que se poderia identificar em cada formulação particular se apagam e trazem o sentido para o regime do anonimato e da universalidade.

(Orlandi, 1992. p. 71)

Nesse efeito do já dito, o homem produz um retorno constante do espaço dizível, ou seja, há um processo de repetição que foram constituídos ao longo da história, num modo efêmero que se eterniza na memória, mas quando dito traz outros tipos de significação.

[...] é impossível analisar um discurso como um texto, isto é, como uma sequência linguística fechada sobre ela mesma, mas é necessário referi-lo ao conjunto de discursos possíveis a partir de um estado definido das condições de produção [...]. (PÊCHEUX, 1969, p.16 *apud* ORLANDI, 2005, p.85).

Observamos o enunciado como fruto de um conjunto de fatores que o locutor deposita nele, ou seja, cada discurso é uma retomada de discursos anteriores. Pensar essas questões nos faz retomar as ideias postas por Pêcheux em que para fazermos análise de um discurso é necessário pensar inicialmente as condições de produção em que o locutor está inserido. Nesta posição sujeito o locutor é um consultor de Marketing, que se posiciona a frente à questão das manifestações ou protestos. O título do texto “*Vem pra rua*” faz menção aos protestos ocorridos em junho de 2013 pelas taxas de aumento do governo, é uma onda de protestos que a sociedade implicou nas ruas do País não apenas com o aumento de apenas 0,20 centavos, mas com a falta de progresso no País.

O dizer de um sujeito inscreve-se, sempre, por identificação, em alguma Formação Discursiva que autoriza certos discursos e impedem outros. Ou seja, o sujeito, ao produzir seu discurso, o faz afetado pela ideologia e pelo inconsciente e, por conseguinte, seu dizer inscreve-se, sem que ele perceba, em uma Formação Discursiva determinada, de onde não só ele retira os elementos de saber que se organizam no interior de seu discurso, como também e, sobretudo, ele se significa ao significar ou ressignificar seu dizer. (Pêcheux, 1975, *Apud* Orlandi, 1996, p. 20).



Dessa forma, ao pensarmos o enunciado “Vem pra Rua” faz uma menção discurso anterior que já é conhecido, e faz parte fundamentalmente ao enunciado, “vem pra rua que a rua é a maior arquibancada do Brasil”. O efeito primeiro deste enunciado é um chamamento às pessoas, a sociedade em geral, que pode ser parafraseado com *vem pra cá, vem aqui, precisamos de você, vem pra mim, liberte-se, saia daí*. Parece que no primeiro instante é a própria sociedade que chama a si mesmo. Diante deste fato, pensamos todo o funcionamento da linguagem na tensão de processos parafrásticos e polissêmicos, ou seja, é o jogo entre paráfrase e polissemia, entre o já dito e o a se dizer que os sujeitos e os sentidos movimentam seus percursos.

Diante de qualquer fato, de qualquer objeto simbólico somos instados a interpretar, havendo uma injunção a interpretar. Ao falar, interpretamos, mas ao mesmo tempo os sentidos parecem já estar sempre lá, ou seja, ao pensarmos este enunciado “Vem pra Rua” fazemos a menção ao discurso dos pedidos da própria sociedade, que pode ser parafraseado com: *venha para cá, venha para a rua, aqui é o seu lugar, venha lutar por um direito seu*. Ou seja, é a relação entre a linguagem e o mundo, é a própria condição para que a linguagem possa ser interpretada.

4. Considerações finais

Dessa forma ressalto que a importância deste trabalho, se dá pelo motivo de guiar as compreensões acerca do discurso a que estamos expostas para interpretar e também produzir, que os enunciados “Vem pra rua“ é uma força que trabalha continuamente o dizer, discurso se faz nesta tensão: entre o mesmo e o diferente. Num entendimento de significação o Slogan é um jogo entre paráfrase e polissemia, entre o mesmo e o diferente, entre o já dito e o a dizer que os sujeitos e os sentidos se movimentam, fazem seus percursos, e (se) significam. Decorre daí a afirmação de que a paráfrase é a matriz do sentido, pois não há sentido sem repetição, sem sustentação no saber discursivo, e a polissemia é a fonte da linguagem uma vez que ela é a própria condição de existência dos discursos, pois se os sentidos – e os sujeitos – não fossem múltiplos, não pudessem ser outros, não haveria a necessidade de dizer. (Orlandi 1992 p.38).



REFERÊNCIAS

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Interpretação**. In: Autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

_____. **A linguagem e seu funcionamento**. In: As formas do discurso, 4^o ed. Campinas. SP: Pontes, 2003.

_____. **Análise de discurso**. Princípios e Procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 1992.