

ENTRE A ORIGEM E A MÁQUINA ESTRUTURAL: CONSTITUIÇÃO  
E INVENÇÃO DO SUJEITO NOS CAMINHOS DE  
MIKHAIL BAKHTIN E DE CERTEAU \*

Maria Celeste Said MARQUES

**RESUMO** *Este artigo relata uma investigação sobre o trabalho inventivo do sujeito. A autora analisa panfletos políticos produzidos pelas duas principais frentes político-ideológicas, que disputaram as eleições no Brasil em 1998, centrando o enfoque no processo discursivo verifica o trabalho realizado pelo sujeito panfleteiro. Sem voltar à velha hipótese do sujeito produtor e considerando o princípio dialógico bakhtiniano e a concepção de inventividade como desenvolvida por Michel de Certeau, a pesquisa mostra que o panfleto é um gênero e um lugar onde o sujeito “trabalha”. As táticas discursivas do sujeito são demonstradas a partir da grande diversidade e particularidades na construção do panfleto. A tese mostra que o sujeito é constituído por outros discursos, pela ideologia, pelo inconsciente, pela história, mas que não é assujeitado por eles. Com efeito, entre o sujeito origem e o sujeito assujeitado pela maquinaria discursiva, há um sujeito tático que trabalha com materiais lingüísticos.*

**RESUME** *Cette thèse est une recherche sur le travail inventif du sujet de l'énonciation. L'auteur analyse des tracts politiques produites par les deux groupes politique-idéologiques principaux qu'ils ont disputé les élections au Brésil en 1998, en focalisant le centre dans le processus discursif pour vérifier le travail accompli par le sujet pamphlétaire. Sans rendre la vieille hypothèse du sujet produisant, mais en considérant le principe dialogique de la théorie de Bakhtine et la conception de l'inventivité comme a développé par Michel de Certeau, il a montré que le tract est un genre et une place où le sujet “travaille.” Cette thèse met en valeur les tactiques discursives du sujet qui sont démontrées dès la grande diversité et particularités dans la construction du tract. La thèse montre que le sujet est constitué par les autres discours, c'est-à-dire, par l'idéologie, par l'inconscient, par l'histoire mais*

---

\* Texto resultante da Dissertação de Mestrado, apresentada ao Curso de Lingüística do Instituto de Estudos da Linguagem, da Unviersidade Estadual de Campinas (Unicamp), em 16 de Maio de 2001, sob orientação da Prof. Dr. Sírio Possenti.

*qu'il n'est pas assujettissant à eux. En effet, parmi le sujet origine et le sujet assujettissant pour la machine discursive, il y a un sujet tactique qui travaille avec les matières linguistiques.*

## 1. OBJETO DE ESTUDO

A presente investigação analisa o processo discursivo de panfletos políticos, cujo funcionamento nos permite verificar o trabalho constitutivo e tático do sujeito que assim inscreve a sua *subjetividade*. Esse trabalho do sujeito será demonstrado a partir da análise dos gêneros do discurso e das fórmulas populares (caricaturas, sátiras, polêmicas, etc.) presentes em panfletos políticos produzidos durante o ano de 1998, em que se realizaram eleições para Presidente da República Federativa do Brasil, senadores, deputados federais, deputados estaduais, deputados distritais e governadores.

Postulo que o panfleto político constitui um gênero discursivo particular e que, especificamente, em época de campanha eleitoral, torna-se um espaço privilegiado para se detectarem as marcas da atividade do sujeito na linguagem, a partir das táticas discursivo-argumentativas.

Ressalto que o fato de tentar demonstrar o trabalho do sujeito na linguagem não implica postular um sujeito intencional, ou mesmo negar o inconsciente, a ideologia e a história. Ou seja, descrever o trabalho do sujeito no discurso não significa inscrever-se numa filosofia do sujeito neutro, transparente a si próprio - uma filosofia de antes da descoberta freudiana - nem naquela de um sujeito sem determinações sócio-ideológicas - uma filosofia de antes de Marx.

## 2. CORPUS

O *corpus* desta pesquisa compreende dois conjuntos:

1) o primeiro, chamado de principal, é constituído pelos panfletos políticos, produzidos em Brasília (por ser a capital do país) e na cidade de São Paulo (por ser o maior colégio eleitoral do Brasil), durante a campanha eleitoral para o cargo de Presidente da República, no ano de 1998;

2) o segundo, chamado de auxiliar, reúne os demais panfletos políticos produzidos, em 1998, ano de campanha, também, para os cargos de governador, senador, deputado federal, deputado distrital e estadual.

Nesse período eleitoral, os candidatos individualmente e em grupos produziram textos escritos, como os chamados santinhos, cédulas, mosquitinhos, cartas abertas, manifestos, etc., que postulo constituírem panfletos políticos.

O *corpus* discursivo desta investigação abrange 41 (quarenta e um) panfletos.

As seqüências discursivas significativas para a análise serão identificadas dentro de parênteses por siglas referentes aos tipos de panfletos: santinho (*ST*), cédula (*CD*), mosquitinho (*MQT*), panfleto de contestação (*PC*) e panfleto de desqualificação do adversário (*PDA*).

### 3. O QUADRO TEÓRICO

Analisar o funcionamento de panfletos políticos para compreender a constituição do sujeito e do sentido supõe uma teoria do sujeito. Para isso, esta investigação tem como principais pontos de ancoragem os princípios teórico-metodológicos de Bakhtin (um filósofo da linguagem) e de De Certeau (um historiador e estudioso da cultura).

O aparato teórico comporta basicamente os procedimentos de Bakhtin e de De Certeau como sustentáculos de uma concepção discursiva do funcionamento dos panfletos políticos a partir da polêmica, da sátira, da caricatura, etc. Entretanto, minha base teórica dialoga necessariamente com outros autores ao longo do percurso do trabalho para que o sujeito possa ser resgatado em sua totalidade histórica, social, cultural; para que o sujeito possa ser resgatado em relação ao seu papel como sujeito *da* linguagem e *na* linguagem.

### 4. AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO

O panorama político e eleitoral no ano de 1998 me permitirão entre outras coisas entender o funcionamento discursivo dos panfletos políticos, meu objeto mais específico de análise. Para atingir esse objetivo, inicialmente farei duas breves introduções, uma sobre a constituição das duas frentes político-ideológicas e outra sobre o processo de reeleição.

#### - *As frentes político-ideológicas*

O panorama político das eleições de 1998, para o cargo de Presidente da República, estava polarizado pelas duas frentes, a *FCD* e a *FE*, que representavam dois grupos político-ideológicos, com maiores votações na eleição de 1998, para o cargo de Presidente da República. Na *FCD*, a candidatura à reeleição do presidente Fernando Henrique Cardoso representava, segundo Alcoforado (1998:134), “a coalizão de forças de direita e centro-direita”. No entanto, considerando a perspectiva de Amaral (1995:51), pode-se dizer que o arco de apoio a FHC era *de extrema-direita*, pois inclui desde de seu multiforme PSDB, o ruralismo atrasado, meliante, de Caiado e quejandos, passando pelo PTB (da ‘tropa de choque’ de Collor), o PMDB de Sarney, o PFL de sempre, Antônio Carlos Magalhães, o PMDB não-esquerdista, Roberto Campos, os liberais, os neoliberais, os não liberais, os falsos liberais, e os conservadores com matizes e sem matizes. Ao

lado dessa forças claramente partidárias, o grande empresariado, a FIESP e a CNI à frente, a unanimidade dos grandes meios de comunicação de massas, a simpatia dos credores internacionais, o sorriso do capital estrangeiro e o aplauso colaborador do FMI e do Clube de Paris. Reuniu todo o Brasil do *status quo*, temeroso de um Brasil que poderia mudar. De acordo com Fiori (1998:201), seria difícil para o Presidente Cardoso não se reeleger “como candidato único das forças conservadoras, contando com o apoio de quase toda a imprensa e dos governadores”.

Na *FE*, a candidatura de Luís Inácio Lula da Silva representava um espectro de forças políticas de esquerda, que visava produzir profundas mudanças econômicas e sociais que beneficiassem os trabalhadores e as camadas marginalizadas da população, além de fortalecer o papel do Estado na economia. As forças que apoiavam Lula incluíam os partidos de esquerda que compunham sua frente política, como também, sindicatos, centrais sindicais, movimentos populares e setores da Igreja católica, etc.

#### **-A reeleição**

A eleição do ano de 1998 não foi simplesmente mais uma eleição na agenda da história política brasileira, em vista de o processo eleitoral ter como característica distinta a reeleição. Pela primeira vez, políticos do poder executivo (governadores e Presidente da República), poderiam candidatar-se ao cargo que ocupavam e nele permanecer por mais quatro anos, ou seja, oito anos no total, por meio do voto direto.

## **5. PANFLETO: UM GÊNERO DISCURSIVO**

Este trabalho não se inscreve na classificação tradicional do conceito de panfleto, como uma brochura, ou pequeno livro, construído a partir da linguagem panfletária, isto é, pela polêmica ou pela sátira ou pelos dois e que contém apenas uma análise rápida, que não fornece muitas informações sobre um tema e, com efeito, não é um tratado; o que é relevante é o impacto, os efeitos chocantes, o ataque contra certas idéias. A concepção tradicional, de acordo com Angenot (1982), considera freqüentemente como panfleto os escritos narrativos, romances ou utopias satíricas, reportagens, ensaios essencialmente cognitivos.

Dessa forma, para Angenot (1982:17), na concepção tradicional, “a palavra panfleto tem um sentido muito amplo que o torna inútil”. Considero também que essa concepção não é útil e nem produtiva para este artigo, como se verá na análise do panfleto político.

Para constituir o objeto deste trabalho - o panfleto político -, parti da concepção intuitiva e popular do que é um panfleto.

O panfleto político é um texto escrito, que se pode afirmar que reflete, de acordo com a teoria de Bakhtin (1992b:279), “as condições específicas e as finalidades [...], não só por seu conteúdo (temático) e por seu estilo verbal, ou seja,

pela seleção operada nos recursos da língua - recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais -, mas também, e sobretudo, por sua construção composicional”.

O panfleto, neste trabalho, é tratado como um tipo de gênero historicamente circunscrito, pertinente a uma certa sociedade e portador de características formais e ideológicas representativas. A sua descrição e análise estão relacionadas à sua emergência histórica. A construção do modelo de panfleto extrapola as variáveis divergentes de cada texto e concebe um modelo suficientemente estável e funcionalmente coerente para que lhe seja dado o status teórico de gênero.

O que diferencia os discursos de propaganda é o tipo de discurso dominante que o constitui, que Maingueneau (1998) chama de **cena englobante**. Quando alguém lê um texto, deve ser capaz de determinar se ele implica um discurso político, religioso, de propaganda, etc., ou seja, sob qual cena englobante ele está localizado para que possa ser interpretado, em função de qual finalidade ele é organizado.

Partir de um corpus inicial de 150 (cento e cinquenta) panfletos e encontrei uma diversidade de tipos. A seguir resumirei, em um quadro descritivo, as características distintivas do panfleto político.

Panfleto Político: características distintivas	
Itens	Discriminação
1.Cena englobante	Política
2.Modalidade de língua	Escrita
3.Formas de circulação	Gratuita. Difusão popular, feita por militantes e (ou) empresas especializadas em lugares públicos de mão em mão; pelos Correios, através de caixas de correspondências.
4. Objetivo	Fazer propaganda político-ideológica (gerar uma predisposição para criar uma imagem favorável de um candidato para obter votos; criar uma imagem negativa do adversário).
5. Produção	Individual ou em grupo. Assinado ou anônimo. Tamanho mínimo de 4,0 cm x 4,0 / máximo de 29,0cm x 21,0 cm. Quantidade de folhas de 1 até 9 (18 páginas).
6.Formatos	Santinho, carta, cartilha, manifesto, caricatura, profecia, etc.
7. Tipos de textos	Verbal e visual. Preto e branco e colorido.
8.Recepção	Leitura imediata e rápida.
9.Tipo de publicação	Folha volante (não guardável). Efêmera (circunscrita a um período político, a uma dimensão no tempo).

Os panfletos políticos são textos escritos heterogêneos, mas, como se pode ver no quadro acima, têm um certo conjunto de traços que se organizam em um conjunto inteligível portador de uma significação ideológica em relação às pessoas e instituições. As condições de sua gênese são um determinado momento político, que no nosso trabalho é o político-eleitoral. Caracterizam-se por serem persuasivos. Podem ser publicações nas quais os candidatos divulgam sua imagem física, apresentam seu programa de eleições, ensinam os eleitores a votar, podem ser textos polêmicos, textos satíricos ou que compreendam tanto a sátira quanto a polêmica,

mas que possuem a dominância de uma das duas características. São diversos os panfletos coletados durante a campanha de 1998.

A diversidade de textos que constituem o panfleto político (santinho, carta, manifesto, caricatura, charge, sátira, etc.), assim como a variedade de suporte material (folha volante, brochura, folder, etc.) trazem consigo as marcas da sua história.

## 6. O TRABALHO DO SUJEITO INVENTIVO E TÁTICO

Como meu empreendimento é mostrar a constituição e a inventividade do sujeito na construção dos panfletos políticos ao realizar não somente manobras lingüísticas, mas, sobretudo pelo uso dos gêneros, a classificação que tentarei agora é mais heurística do que descritiva de um campo. Em parte, na elaboração desses textos estão presentes artifícios, táticas textuais, etc. a partir das quais o sujeito panfleteiro deseja controlar mais de perto a produção dos sentidos, fazendo com que os panfletos políticos produzidos e distribuídos sejam compreendidos à luz de sua vontade prescritiva e ideológica, ou seja, ele espera uma compreensão responsiva ativa do interlocutor, seja ele adversário ou (e)leitor, por meio de uma resposta, uma concordância, uma adesão, uma execução, etc. Para Chartier (1996), na produção de cartazes, livretos, livros e todos os impressos há toda uma maquinaria composta de senhas, explícitas ou implícitas, que um autor inscreve em sua obra a fim de produzir uma leitura que esteja de acordo com sua intenção.

Por outro lado, como demonstrará a análise, tanto a finalidade quanto a presença do *outro* no discurso (seja o adversário, o (e)leitor, os outros discursos, etc.) faz com que o sujeito panfleteiro lance mão de vários artifícios, subvertendo as regras impostas de construção do panfleto político a partir do seu formato padrão e criando uma diversidade de textos.

Para eu compreender os panfletos políticos, vou dividi-los em três grupos, apesar de saber que essa classificação é muito mais ampla. É a predominância de determinado aspecto ou certa mistura de características que vai servir de fio organizador do *corpus* o que será indicado pela análise, respeitando assim “a necessidade de uma unidade de base” (Bakhtin, 1992b:284), como por exemplo, a propaganda pessoal do candidato, a contestação, desqualificação do adversário, etc.

### 6.1. Panfletos políticos específicos da propaganda eleitoral pessoal do candidato: santinho, cédula, mosquitinho.

Os panfletos políticos específicos para a campanha eleitoral têm alguns objetivos como o de tornar um candidato conhecido, o de reafirmar a candidatura daquele que busca a reeleição, etc. a partir de um determinado ponto de vista. Trata-se de criar uma atitude favorável a partir de uma marca de reconhecimento (um slogan, uma proposta polêmica, como a pena de morte, etc.), de singularização, em

que o candidato procura mostrar que é o mais capaz para desempenhar as funções que são específicas do cargo pleiteado, o melhor defensor dos interesses de uma determinada categoria social, como a de professor, a de operário, ou de uma determinada parcela da população, de um bairro, de uma cidade, etc. Com efeito, o panfleto defende uma ideologia ou uma utopia e pressupõe o *outro*: os outros discursos, o (e)leitor, o adversário.

Essa primeira classificação de panfleto político que analisarei é composta por três tipos de textos básicos que são o santinho, a cédula e mosquitinho.

Os panfletos políticos específicos para a campanha eleitoral têm alguns objetivos como o de tornar um candidato conhecido, o de reafirmar a candidatura daquele que busca a reeleição, etc. a partir de um determinado ponto de vista.

### 6.1.1. *Santinho* (ST)

O santinho é constituído por dois tipos de textos: o não-verbal (a fotografia) e o verbal (biografia, prestação de contas, análise de conjuntura, propostas, etc.). A combinação dos dois textos permite mostrar os *usos* que o sujeito panfleteiro faz do santinho.

Pode-se dizer que o santinho padrão é aquele constituído apenas por uma folha de tamanho variado, contendo a fotografia de um candidato (a qual abrange toda página da frente) e alguns enunciados como seu nome, seu partido, seu número e, às vezes, seu slogan. O texto verbal mais extenso encontra-se no verso. Classifico esse panfleto como *santinho simples*. Dessa forma, o *ST simples* (*STS*) é um panfleto de propaganda pessoal de um candidato, no qual a fotografia encontra-se na parte da frente da folha e o texto verbal no verso.

Minha hipótese é a de que esse panfleto conhecido como santinho é resultado do trabalho inventivo do sujeito panfleteiro. Como a própria denominação popular já indica, ele teria sua origem no gênero santinho de oração, o qual tem a estampa de um santo na frente e a oração no verso. O uso das características essenciais que definem o gênero santinho religioso para fazer o santinho político ocorreu a partir de modificações na finalidade, no público a atingir, etc.

A operação de usar o santinho religioso para construir o panfleto político é uma subversão criativa do sujeito panfleteiro (de acordo com a teoria de De Certeau), o que representa diversificar os gêneros secundários, visto que, como afirma Bakhtin (1992b:285), “os enunciados e o tipo a que pertencem, ou seja, os gêneros do discurso são as coordenadas de transmissão que levam da história da sociedade à história da língua”.

Duas importantes e grandes manobras são realizadas pelo sujeito panfleteiro na construção do santinho político. A primeira é a substituição da estampa do santo pela fotografia do candidato e a segunda é a substituição da oração por um texto verbal mais específico que compreende a biografia, as propostas do candidato, uma avaliação da conjuntura do país, do estado, ou sua “própria oração”, etc. e defendem um ponto de vista, de forma sintética, proporcionando uma leitura rápida.

Os santinhos podem tomar outras formas. O sujeito panfleteiro se apossa, de maneiras diversas, desse objeto, produzindo usos e significações diferenciados a partir de uma determinada finalidade: para ensinar, como veremos a seguir, o eleitor votar em determinado candidato, para reforçar a imagem do candidato, para ser distribuído discretamente no dia da votação, etc.

O santinho é investido de usos e de gestos de apropriações para diversos objetivos, transformando-se em outras modalidades como, por exemplo, a Cédula.

### 6.1.2. Cédula (CD)

O sujeito panfleteiro transforma o santinho em cédula, ao usá-lo para ensinar o eleitor a votar em determinado candidato, na urna eletrônica. Os gestos desse uso podem ser compreendidos a partir dos aspectos que permanecem, bem como a partir das táticas textuais introduzidas: permanecem sempre a fotografia do candidato, seu nome, seu número, seu partido, (sua coligação, quando for o caso), seu slogan, etc. O tamanho é também variado. A modificação é realizada pela supressão da biografia, das propostas, da análise de conjuntura e pela inclusão da cédula de votação e das instruções relativas ao ato de votar.

Pode-se afirmar que a grande diversidade e as particularidades na composição da cédula, de acordo com a teoria de De Certeau, é resultado das manipulações e fabricações que os usuários fazem com os objetos e que, segundo Bakhtin (1992b:308), são “determinada[s] principalmente pelos problemas de execução que o objeto de sentido implica para o locutor (o autor)”.

A cédula é um tipo de panfleto destinado às pessoas pertencentes às camadas de baixa renda, em geral analfabetas, ou fracamente alfabetizadas, às pessoas idosas e àquelas que não têm o hábito de lidar com equipamentos eletrônicos.

### 6.1.3. Mosquitinho (MQT)1

Como é proibida a propaganda de candidato a cargo eletivo em dia de votação, nos locais próximos a zona eleitoral, o sujeito panfleteiro *usa* o santinho para fazer propaganda eleitoral, disfarçadamente, e assim burlar a fiscalização. Para isso, ele diminui o tamanho do santinho para nove centímetros de altura por seis centímetros de largura e assim inventa o mosquitinho, que é conhecido também como confete, por razões óbvias. Todas as informações, como fotografia, nome e número do candidato podem estar na página da frente, e não constar nada no verso.

Como se pode observar até aqui, a partir da análise dos usos do santinho político, que o panfleto, apesar de defenderem ideologias, utopias, de acordo com os grupos, com os partidos políticos, com as frentes políticas, nele são visíveis muito efeitos da atividade produzida por um sujeito inventivo. Esse fato demonstra que não acontece aquilo que é previsto por Althusser e por Pêcheux, ou seja, um mero assujeitamento do sujeito. O mosquitinho, como os outros panfletos, mostra um sujeito criativo, operando com gêneros, com materiais lingüísticos como previstos por Bakhtin e por De Certeau.

O sujeito panfleteiro em seu trabalho criativo para fazer propaganda política inventa novos modelos. Para isso, modifica formas e dispositivos por meio dos quais um texto é proposto. É o que acontece com o panfleto ao ser modificado para enfaticamente contestar o adversário. Essas modificações sublinham as táticas polêmicas acentuadas do sujeito panfleteiro. No próximo tópico, buscarei compreender as formas dessa materialidade.

## **6.2. Panfletos de contestação (PC)**

O panfleto de contestação é um texto polêmico que supõe um contra-discurso antagônico, implícito na trama do discurso atual, que visa a uma tática dupla: demonstrar sua tese e refutar e desqualificar a tese adversária. Ambas versam sobre as condições sociais do país, de um estado ou de uma região a partir de um ponto de vista ideológico. No discurso polêmico, há um terreno comum entre os interlocutores. O discurso do outro constitui o próprio discurso do sujeito enunciador.

Todos os tipos de panfletos de contestação se caracterizam por conter críticas. Elas se diferenciam a partir do lugar político-ideológico do enunciador: se ele está no governo ou na oposição; se ele é de direita ou de esquerda. Além de essa consistência ideológica interna (que mostra um sujeito não-cartesiano), há um trabalho de uso de gêneros, demonstrando assim a presença de um sujeito que é também criador e que De Certeau chama de usuário.

Para contestar e fazer propaganda política, o sujeito panfleteiro usa gêneros como a carta, o manifesto, a cartilha, etc.

### **6.2.1. Carta**

A carta é, tipicamente, um texto escrito, manualmente ou impresso, devidamente acondicionado e endereçado. Todavia, é usada pelo sujeito panfleteiro para fazer propaganda político-eleitoral.

Os efeitos da operação do uso do gênero carta pelo sujeito panfleteiro para construir o panfleto político (gênero primário) pode ser observada a partir de algumas manobras importantes. A carta que é um gênero de relação, de endereçamento e destinatário definidos é subvertida, ao ser endereçada generalizadamente a muitos destinatários e distribuída gratuitamente. Isso é usar o gênero carta panfletariamente.

A confidencialidade do conteúdo da carta, a intimidade relativa entre o remetente e o destinatário e a reciprocidade das trocas são subvertidas. O que seria o segredo da missiva típica é aqui divulgado para o público.

Outra marca da inventividade do sujeito panfleteiro está no fato de se dirigir ao destinatário (um público vasto e desconhecido) num tom de intimidade, de igualdade, de parceria para solicitar voto.

O sujeito panfleteiro, ao transgredir as regras e convenções do gênero carta, inventivamente constrói um panfleto político de contestação.

Todo discurso se constitui a partir de outros discursos, como se sabe. A interdiscursividade no panfleto político de contestação, como a carta, por exemplo, se caracteriza na forma que Bakhtin (1981) chama de polêmica aberta. Esta é “simplesmente orientada para o discurso refutável do outro, que é seu objeto” (p.170).

### **6.2.2. Manifesto**

A polêmica assume, ainda outro formato, como o do manifesto. Este constitui um outro gênero que o sujeito panfleteiro usa para fazer propaganda político-ideológica.

O gênero manifesto se caracteriza pela estruturas demonstrativas e performativas, nas quais há uma declaração pública de uma tese política, religiosa, estética, etc. Esse gênero também é usado pelo o sujeito panfleteiro ao modificá-lo para fazer campanha eleitoral em forma de uma declaração que justificam as razões para o (e)leitor votar em determinado candidato.

A estruturação do manifesto é usada pelo sujeito panfleteiro, que explicita seu desacordo, refuta teses do(s) candidato(s) adversário (s) e, no final, o (e)leitor é interpelado a aderir aos seus argumentos e a votar no candidato que ele propõe. Vejamos, então como ocorre esse processo.

As características de descrição, de justificativa e de recomendação de uma prática, por exemplo, política, ideológica e estética são subvertidas para fazer campanha ideológica e político-eleitoral. No panfleto político, o sujeito panfleteiro descreve de forma muito breve a sua tese.

No manifesto político-eleitoral, o sujeito panfleteiro denuncia uma impostura, uma prática política que ideologicamente discorda, justificando e recomendando uma outra prática e indicando um candidato para desenvolvê-la. Isso é um exemplo de uso do gênero manifesto de forma panfletária, isto é, de diálogo e de fusão de dois gêneros, de certa forma. Com efeito, isso é mais um argumento para demonstrar que o sujeito não é um mero “consumidor” de gêneros e sim um usuário. As pessoas usam os produtos e não são deles meras consumidoras conforme são mandadas a fazê-lo, o que vai ao encontro da teoria de De Certeau e contra a tese do assujeitamento da AD francesa.

### **6.2.3. Cartilha**

A cartilha é mais um dos gêneros do discurso usado pelo sujeito panfleteiro para escrever um panfleto político.

A cartilha típica se caracteriza por ser uma pequena brochura escrita que ensina didaticamente os conhecimentos elementares da leitura ou os rudimentos de artes, ciência, doutrina.

O sujeito panfleteiro, ao usar a cartilha para fazer o panfleto político, deixa algumas marcas desse uso, que podem ser observadas a partir das características que permanecem, mas, sobretudo, pelos desvios que são produzidos.

O Guia eleitoral do trabalhador e da trabalhadora é uma cartilha produzida pela CUT (Central Única dos Trabalhadores) é uma pequena brochura de 18 páginas. Objetiva instruir o (e)leitor a votar, recorrendo aos expedientes didáticos (genérico, estilísticos) da cartilha, tais como o uso da imagem e, sobretudo de conhecimentos apenas elementares.

A análise, os formatos que constituem o panfleto de contestação são tecidos por fios dialógicos de vozes que polemizam entre si, se completam ou respondem umas às outras a partir de diversos gêneros, de diversos discursos, como previsto pela teoria bakhtiniana. Vimos também que a inventividade do sujeito está, sobretudo na maneira de usar, “perverter”, “subverter” os gêneros para “fins e em função de referências variadas”, de acordo com a teoria de De Certeau (1996), constituindo um “gesto inaugural de autoria e de individualidade” (Sant’Anna, 1991:32).

A análise mostrou que para fazer propaganda política, o sujeito panfleteiro se apresenta como constitutivo e inventivo, elaborando panfletos específicos para sua campanha pessoal, para contestar o adversário explicitamente. No entanto, ele vai mais além, construindo panfletos em que a polêmica se transforma em caricaturas agressivas, às vezes em injúrias violentas para destruir o adversário. A materialidade dessas operações será demonstrada no tópico seguinte.

### **6.3. Panfletos de desqualificação do adversário (PDA)**

Para desqualificar o adversário o sujeito panfleteiro elabora textos satíricos, cuja especificidade está em suas características pejorativa, debochada, etc. Tentar mostrar como o sujeito panfleteiro construiu modalidades diversas de PDAs é um empreendimento para capturar as diferenças e as identidades do trabalho de um sujeito criativo.

Os PDAs distribuídos na campanha eleitoral de 1998 são diversos. Alguns são constituídos somente de textos verbais e outros de textos verbais e visuais.

Pôde-se perceber que, na análise dos panfletos de desqualificação do adversário, o rebaixamento e a degradação por meio da violência verbal são os recursos principais utilizados pelo sujeito panfleteiro no combate ao adversário. O *PDA* é matizado pela sátira evidente e aberta e os sentimentos são exacerbados e corrosivos.

A análise possibilitou um certo mapeamento das multiplicidades de formas do panfleto político em época de campanha eleitoral, confeccionadas em algumas cidades brasileiras, no ano de 1998 e que podem ser agrupadas, de forma geral, nos seguintes tipos de panfletos políticos: para propaganda pessoal do candidato, para contestação e desqualificação do adversário. Entretanto, eles não são fechados, constituem-se a partir das características dos outros, ao mesmo tempo em que possuem uma característica principal que lhe dá especificidade.

Ao fazer análise dos panfletos e demonstrar o trabalho do sujeito, podem-se ver os usos dos discursos, dos gêneros na prática de construção do panfleto o que me

permite dizer que a subjetividade não é efeito determinado pela estrutura da língua ou do inconsciente, da ideologia, pois esta tende a falar sempre do mesmo e do idêntico, como afirma a AD francesa.

## 7. CONCLUSÃO

A grande diversidade e as particularidades na construção do panfleto são o resultado das manipulações e fabricações que os usuários fazem com os objetos, mostrando assim um sujeito criativo, operando com gêneros, com materiais lingüísticos, como previstos por De Certeau e por Bakhtin.

As vozes que se fazem ouvir no discurso panfletário são vozes sociais e históricas que compõem os santinhos da Igreja católica, a carta, o manifesto, a cartilha, a biografia, a profecia, etc., que são organizados inventivamente pelo sujeito panfleteiro em diferentes tipos de panfletos, como os para campanha pessoal do candidato, para contestação e para desqualificação do adversário. Por sua vez, cada uma dessas três modalidades admite, na sua própria constituição, uma variedade de vozes, de gêneros em constante diálogo. Todos esses elementos articulam-se na constituição do panfleto. Muitos são trazidos pela própria história do enunciado e outros como resultado de um trabalho inventivo de um sujeito criativo. Nesse sentido, o sujeito panfleteiro *usa* as palavras do outro para nelas refratar seus objetivos panfletários.

Em suma, o sujeito nem é dotado de total autonomia, nem é reduzido à ideologia. Não é senhor absoluto do seu dizer e nem servo da palavra, de valores, de visões de mundo existentes em uma formação social. As coerções ideológicas não determinam o discurso. Com efeito, *entre a origem e a máquina discursiva, há a constituição e a invenção de um sujeito tático, nos caminhos de Bakhtin e De Certeau.*

---

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALCOFORADO, F. (1998). *De Collor a FHC: o Brasil e a nova (des)ordem mundial*. São Paulo, Nobel.
- AMARAL, R. (1995). *FHC: os paulistas no poder*. Niterói-RJ, Casa Jorge Editorial Ltda.
- ANGENOT, M. (1982). *La parole pamphétaire: contribution à la typologie des discours modernes*. Paris, Payot.
- BAKHTIN, M. (1972). *Problemas da poética de Dostoiévski*. Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 1981.
- \_\_\_\_\_. (1979). *Estética da criação verbal*. São Paulo, Martins Fontes, 1992b.
- CHARTIER, R. (1996). *A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*. Brasília, Editora da Unb.

DE CERTEAU, M, de (1990). *A invenção do cotidiano; as artes do fazer*. Petrópolis, Vozes, 1996.

\_\_\_\_\_. (1993). *A cultura no plural*. São Paulo, Papirus/Travessia do Século, 1995.

MAINGUENEAU, D. (1998). *Analyser les textes de communication*. Paris, Dunod.

SANT'ANNA, A. R. de (1991). *Paródia, paráfrase & cia*. São Paulo, Ática.