

IDENTIDADE, CORPO E CULTURA MERCANTILIZADA¹

Camila Teles Barbosa*

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - UESB
milatelesb@gmail.com

Nilton Milanez**

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - UESB
niltonmilanez@hotmail.com

RESUMO

No presente trabalho, buscamos analisar relações de poder que configuram a identidade do sujeito inserido, ao mesmo tempo, em um discurso mercantilizador e no papel de difusor da cultura popular. Para tanto, concebemos como base de pesquisa a linha francesa de análise do discurso orientada pelos postulados de Michel Foucault. Utilizamos como objeto de questionamentos o vídeo *Pamonha de Cajazeiras*, retirado do *youtube*, entendendo que os efeitos de sentido provocados pelo corpo do sujeito, o qual projeta a sua identidade cultural para a venda da pamonha, são marcas importantes na concepção dos enunciados.

PALAVRAS-CHAVE: Sujeito. Identidade. Corpo. Cultura. Marketing.

INTRODUÇÃO

Todo sujeito é resultado de manifestações e interações entre o eu e o coletivo. Esse contato se dá por meio da linguagem e possibilita a formação identitária do sujeito diante de condições sócio-histórico-culturais de produção discursiva. A identidade é apresentada como produto das novas relações sociopolíticas na sociedade e inacabada por não se esgotarem as transformações sociais que sofre (FERNANDES 2008)

para se adequar no tempo e espaço conforme lhe é exigido. Um mesmo sujeito, pois, é considerado como lugar pelo qual os discursos passeiam; tomamos, para tanto, o sujeito como lugar de discurso.

As mais diferentes formas de enunciado produzem os mais diferentes efeitos de sentido. Foucault (2008, p. 66) discute “como os elementos recorrentes dos enunciados podem reaparecer, se dissociar, se recompor, ganhar em extensão ou em determinação, ser retomados no interior de novas estruturas lógicas, adquirir, em compensação, novos conteúdos semânticos, constituir entre si organizações parciais”. Para tal resultado, compreendemos o corpo do sujeito discursivo como fonte inesgotável de comunicação e que, por isso, faz-se de base para o desenrolar de entendimentos e conclusões.

MATERIAL E MÉTODOS

O objeto de estudo do qual nos servimos é o vídeo *Pamonha de Cajazeiras* publicado no site do *youtube*. Na imagem em movimento, participam da composição sujeitos vendedores de pamonha, os quais se configuram como principal objeto de observação na cena produzida no bairro Cajazeiras em Salvador.

A evolução da pesquisa se dá por meio de questionamentos tais como: quem fala? De que lugar? Para quem fala? (FOUCAULT, 2008) ou ainda de análises acerca dos efeitos de sentido decorrentes dos enunciados e determinados por condições espaço-temporais de produção; levando-se em consideração a temporalidade dos sujeitos falantes.

A memória discursiva, que trata de acontecimentos exteriores e anteriores ao texto e de uma interdiscursividade, segundo Courtine (2006), é outro meio metodológico que se faz materializado no *corpus*. O processo de reconhecimento de imagens por meio de outras é intitulado intericonicidade, a qual, para Courtine (apud MILANEZ, 2005), está relacionada à análise central

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Mazière (2007) explica que o *corpus*, transformado em “rede de memória”¹, torna-se uma espécie de “dicionário discursivo” que integra continuamente o efeito de aberturas, reconfigurações e mudanças de estado ao longo da sua análise. Observamos no *corpus*, portanto, os efeitos de sentido que são decorrentes de práticas enunciativas, cujo padrão produtivo é seguido em consonância com a temporalidade dos sujeitos assujeitados aos discursos histórico-político-culturais. Para que uma sequência de elementos linguísticos seja considerada um enunciado é preciso que tenha uma existência material, isto é, seja dotada de uma substância, um suporte, um lugar e uma data (NAVARRO-BARBOSA, 2004).

Identificam-se no vídeo, sujeitos considerados como lugares de discurso pela AD, eles não têm nomes, mas foi-lhes empregada uma identidade decorrente das suas relações com o mundo exterior, o coletivo. Os sujeitos são resultado de práticas culturais externas e, posteriormente, divulgam-na de forma dissimulada num ato que corresponde à pretensão de descartar a origem da cultura antes absorvida por eles. Certeau (1994) concebe a Conclusão de que a retórica e as práticas cotidianas são igualmente definíveis como manipulações internas a um sistema – o da língua ou ao de uma ordem estabelecida. Os sujeitos falantes se comunicam na posição de receptores e difusores culturais e vendem a sua imagem para conseguir comercializar a pamonha. Utilizam procedimentos de controle favoráveis para atingir o seu objetivo; vestem-se como pamonhas, dançam e cantam paródias criadas em sobreposição a músicas de axé e funk que remetem à sexualidade. As paródias ilustram as condições de produção e adequações do sujeito num tempo e espaço específicos, elaboradas para atingir um único objetivo e suas consequências: vender a pamonha e sobreviver.

O corpo é elemento central no *corpus*, pois serve de ferramenta para

CONCLUSÃO

O sujeito discursivo toma para si discursos configurados dentro das relações de poder entre ele e o outro e, dessa forma, a sua identidade e a cultura são construídas. Os enunciados que produzem por meio do corpo e da língua publicizam sua identidade e são responsáveis por ecos imagéticos causados no receptor. Assim, o processo que permeia a projeção de identidades se dá através de transformações e não de produções.

REFERÊNCIAS

- CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Editora Vozes, 1994.
- COURTINE, J. J. **Metamorfoses do discurso político**: derivas da fala pública. Seleção de Textos, Tradução e Organização de Carlos Piovezani Filho e Nilton Milanez. São Carlos: Editora Claraluz, 2006.
- FERNANDES, C. **Análise do discurso**: reflexões introdutórias. 2ª. Ed. São Carlos: Editora Claraluz, 2008.
- FOUCAULT, M. **Arqueologia do Saber**. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 7ª. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.
- MAZIÈRE, F. **A análise do discurso**: história e práticas. Trad. Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola Editorial, 2007.
- MILANEZ, N. **Intericonicidade** – Entrevista com Jean-Jacques Courtine. Paris, 2005. Disponível no endereço <http://grudiocorpo.blogspot.com/2009/06/intericonicidade-entrevista-com-jean.html>. Acesso em 30 de setembro de 2009.
- _____. **Corpo cheiroso, corpo gostoso**: unidades corporais do sujeito no discurso. Acta Scientiarum (UEM), v. 31, n. 2, 2009.
- NAVARRO-BARBOSA, P. O acontecimento discursivo e a construção da identidade na História. In: NAVARRO-BARBOSA, P.; SARGENTINI, V. (Org).