

UMA ANÁLISE DISCURSIVA DO POEMA “BEBA COCA COLA”, DE DÉCIO PIGNATARI: EFEITOS DE SENTIDOS PRODUZIDOS PELA LITERATURA BRASILEIRA CONTEMPORÂNEA

A DISCURSIVE ANALYSIS OF THE “BEBA COCA COLA” POEM OF DÉCIO PIGNATARI: EFFECTS OF SENSES PRODUCED BY CONTEMPORARY BRAZILIAN LITERATURE

Sara Oliveira Paz (UEMA)¹

Safira Ravenne da Cunha Rêgo (UEMA/SEDUC-MA)²

Francisco Renato Lima (CEAD – DMTE/UFPI)³

RESUMO: Sabe-se que, além de expressar os dilemas e sentimentos do homem, a Literatura também tem sua função social, pois através de experiências pessoais e sociais, o artista recria a realidade. Tendo em vista então, que ela trabalha com a forma do texto e a produção de sentidos, este artigo busca fazer uma análise discursiva do poema: “Beba coca cola” de Décio Pignatari, segundo a perspectiva da Análise do Discurso (AD). O presente trabalho é de cunho bibliográfico e indutivo e tem como embasamento teórico, as contribuições de Orlandi (1992; 2007) e Pêcheux (2010). Através dessa análise discursiva, foi possível compreender a criticidade do poema “Beba coca cola”, devido aos efeitos de sentidos produzidos pelas palavras, bem como, a contribuição da poesia concreta para a construção do pensamento social brasileiro em relação ao consumismo no Brasil.

Palavras chave: Discurso. Produção de sentidos. Coca cola. Literatura Nacional Contemporânea.

ABSTRACT: It is known that, in addition to expressing the dilemmas and feelings of man, Literature also has its social function, because through personal and social experiences, the artist recreates reality. Having thus to work with the form of the text and the production of meanings, this article seeks to make a discursive analysis of the poem "Beba Coca Cola" by Decio Pignatari, according to the Discourse Analysis (AD) perspective. The present work is of a bibliographic and inductive character and has as its theoretical basis the contributions of Orlandi (1992; 2007) and Pêcheux (2010). Through this discursive analysis, it was possible to understand the criticality of the poem “Beba Coca Cola”, due to the effects of the senses produced by words, as well as the contribution of concrete poetry to the construction of Brazilian social thought in relation to consumerism in Brazil.

Keywords: Speech. Production of meanings. Coke. Contemporary National Literature.

Considerações iniciais

Surgida na França no final dos anos 60 do século XX, a Análise do Discurso (AD) formou-se com a contribuição de três áreas: a Linguística, o Marxismo e a Psicanálise. Tendo Michel Pêcheux e Jean

¹ Graduada em Letras - Português (UEMA). E-mail: sarahhhholiveira@outlook.com

² Graduada em Letras - Português (UFPI). Especialista em Docência do Ensino Superior (ISEPRO). Mestre em Letras – Estudos da Linguagem (UFPI). Professora efetiva da educação básica da SEDUC-MA. Professora substituta da Universidade Estadual do Maranhão (UEMA). E-mail: saffira01@hotmail.com

³ Graduado em Pedagogia (UNIFSA) e Letras - Português/Inglês (IESM). Mestre em Letras - Estudos da Linguagem (UFPI). Professor Substituto (Auxiliar Nível - I) da Universidade Federal do Piauí, lotado no Departamento de Métodos e Técnicas de Ensino (DMTE). Coordenador de disciplinas do Centro de Educação Aberta e a Distância (CEAD/UFPI). E-mail: fcorenatolima@hotmail.com

Dubois como alguns dos seus principais teóricos, adota como objeto de estudo, o próprio discurso e rompe assim, com a proposta da Análise de Conteúdo, da Filologia e a Linguística, vigente até aquele período da história.

Para entender essas rupturas, é necessário compreender que tal ciência rompe com a Análise de Conteúdo, surgida nos Estados Unidos, porque segundo essa teoria, o sentido de um texto deve ser encontrado nas informações do próprio texto, é uma espécie de sentido atribuído devido à decodificação dos códigos e sabemos que isso não condiz com a teoria discursiva desenvolvida por Pêcheux.

Como pesquisadores de Letras, devemos ter em mente que, o objeto de estudo da AD (o discurso), tem uma noção de “discursos” no plural e que uma simples decodificação não poderá extrair os sentidos produzidos pelo texto, visto que existe uma forte relação entre texto e contexto e a língua não é transparente. Quando acontece apenas uma decodificação, o leitor assume uma postura passiva diante do que foi lido. Paulo Freire (2011, p. 19-20) afirma que:

A leitura do mundo precede a leitura da palavra, daí que a posterior leitura desta não possa prescindir da continuidade da leitura daquele. Linguagem e realidade se prendem dinamicamente. A compreensão do texto a ser alcançada por sua leitura crítica implica a percepção das relações entre o texto e o contexto.

É claro que a decodificação das palavras é necessária, quando se almeja entender os sentidos produzidos pelo texto, processo que permite a percepção do assunto e somente depois, fazemos as possíveis interpretações. É impossível, afirma Pêcheux (2010, p. 78), “analisar o discurso como um texto”. O discurso não é uma unidade, não é unilateral. Ele é construído pelos sujeitos, com base nas condições de produção em que este está inserido e compreendendo, entre outras coisas, os efeitos de sentido partindo da circularidade dos dizeres.

A Filologia Românica entende que através dos escritos deixados por nossos antecedentes, podemos conhecer as antigas culturas e civilizações. Porém, somente através de textos e estruturas gramaticais ou desenhos, seria muito difícil entender os sentidos produzidos por esses artefatos, visto que, não é uma garantia de sentidos, por se tratar de um real histórico, alheio ao do estudioso ou pesquisador. E, conforme a AD, o falante não diz o que quer dizer, ele diz apenas o que é permitido dizer da posição que ocupa, e isso, inconscientemente.

O rompimento com a Linguística em voga ocorre por não aceitar que a língua seja estudada sem que seja levada em consideração a realização concreta da construção de sentido pelos falantes. Isso de que o indivíduo é autônomo e dono do seu dizer, não condiz com a AD, que firma o conceito de que é a ideologia que produz no sujeito seu discurso. “O dizer não é propriedade particular. As palavras não são só nossas. Elas significam pela história e pela língua. O sujeito diz, pensa que sabe o que diz, mas não tem acesso ou controle sobre o modo pelo qual os sentidos se constituem nele”, ressalta Orlandi (2007, p. 32).

A AD descarta essa visão de língua autônoma, como instrumento para se comunicar alguma coisa a alguém e firma a noção de não transparência da linguagem, assim, a língua também não é vista “como totalmente fechada em si mesma, sem falhas e equívocos” (ORLANDI, 2007, p. 22).

Neste artigo, teremos como arquivo de análise o poema “Beba coca cola”, de Décio Pignatari, escrito sob tendência concreta da Literatura Contemporânea Brasileira. Por meio dessa análise, podemos entender as possíveis significações do mesmo, bem como, a posição-sujeito. Ressaltamos também, a contribuição da Literatura de caráter engajado para a formação do pensamento social de seus leitores; analisamos o arquivo sob todos os ângulos e formas, para entender os sentidos produzidos pelo jogo de letras e palavras, relacionando-o à exterioridade da obra para uma melhor interpretação.

A AD visa à compreensão de como um objeto simbólico produz sentidos, como ele está dotado de significância e para chegarmos a compreensão desses sentidos presentes no poema acima citado, precisamos romper com o processo de que: alguém fala, refere alguma coisa, usando um código e o receptor capta a mensagem a decodificando, sem levar em consideração as condições em que o discurso foi proferido. É necessário interpretar, pois não há sentido sem interpretação, “há, sempre, na injunção a significar, condições para que os sentidos sejam x e não y. Há, portanto, mecanismos de controle dos sentidos. A injunção à interpretação tem sua forma e suas condições” (ORLANDI, 1992, p. 89).

Desse modo, o poema não trata apenas da transmissão de informação, pois, “no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente a transmissão de informação” (ORLANDI, 2007, p. 21). Sendo assim, o leitor não fará apenas uma simples decodificação de signos, mas também, leva em conta as condições de produção do texto, desvendando a historicidade contida na linguagem.

Condições de produção

As condições de produção do discurso para a AD dizem respeito ao sujeito na situação em que ele se encontra, compreendendo um contexto imediato de fala e um contexto sócio-histórico, até por que ele não está alienado do mundo que vive, o sujeito é histórico, está inserido na história. De acordo com Orlandi (2007, p. 16),

Levando em conta o homem na sua história, considera os processos e as condições de produção da linguagem, pela análise da relação estabelecida pela língua com os sujeitos que falam e as situações em que se produz o dizer. Desse modo, para encontrar as regularidades da linguagem em sua produção, o analista de discurso relaciona a linguagem a sua exterioridade.

Dessa forma, quando vamos analisar um enunciado, devemos ir além da simples leitura, ou seja, considerar os elementos que influenciam na produção discursiva, como o espaço, o tempo, a cultura, o regime político, os costumes, todos esses fatores são importantes para compreensão dos sentidos (não) pretendidos pelo enunciador/interlocutor.

Nesse sentido, a Literatura tem tudo a ver com a ideia de exterioridade, pois através do contexto histórico de muitas obras literárias, podemos compreender os sentidos presentes no texto. O poema analisado, escrito por Decio Piguinatarí, foi produzido sob tendência concreta, o que configura uma de suas condições de produção. Antes de seguirmos para a análise, vamos entender alguns fatores que contribuem para a produção de sentidos como o contexto da Literatura Brasileira Contemporânea, ressaltando o papel da arte concreta e a biografia do autor.

A literatura brasileira contemporânea: a arte concreta e sua importância

O concretismo foi um movimento vanguardista, que ocorreu nas artes plásticas, na música e na poesia; surgido na Europa na década de 1950 e teve seu auge até a década de 60. Os artistas precursores desse movimento foram: Max Bill (artes plásticas), Pierre Schaeffer (música) e Vladimir Mayakovsky (poesia). No Brasil despontou em 1952, com a *Revista Noigandres*, escrita e organizada pelos poetas concretistas Augusto de Campos, Décio Piguinatarí, Haroldo de Campos e entre outros, mas, seu lançamento oficial data de 1956, com a exposição nacional da arte concreta, realizada em São Paulo. Em 1957, repete-se a mesma exposição no Rio de Janeiro, com maior repercussão (CARISE, 2003).

O concretismo é uma arte de cunho racionalista, tendo como contexto histórico, a forte industrialização e o desenvolvimento econômico, intensificado no governo de Juscelino Kubitschek, que prometia avanço segundo o lema: “Cinquenta anos em cinco”. Essa arte tem como principais características, conforme as leituras de Cabañas (2008) e Damasceno (2015):

- ✓ **Banimento do verso:** contrariando os padrões de estruturas existentes da poesia, utilizando efeitos gráficos nesta forma de arte, os artistas vão aproveitar o espaço do papel, variando a posição geométrica das letras e das palavras. O poeta vai usar tanto das palavras como do espaço em branco da folha.
- ✓ **Arte racional:** como podemos perceber na análise do poema a seguir, no concretismo, o autor busca retratar algo da sua realidade, algo social e através da exposição da sua arte, convida o leitor a participar ativamente da produção de sentidos. Ou seja, o sujeito vai ser convidado a pensar, dialogar, a expor suas opiniões, configurando um diálogo.
- ✓ **Valorização do conteúdo sonoro e visual:** utiliza muito a percepção visual, a obra é compreendida através da imagem, da forma, da maneira como está posta e isso é primordial para

a produção de sentidos e vamos ter também, um efeito de sonoridade (que é o caso do nosso poema) que chamará atenção do leitor.

- ✓ **União entre forma e conteúdo:** essa união é muito importante para a produção de sentidos.
- ✓ **Possibilidades de múltiplas leituras:** é o caso do nosso arquivo.

A poesia do concretismo tem como característica primordial, o uso das disponibilidades gráficas e não obedece à sintaxe, nega a estética tradicional de começo, meio e fim, por este motivo é chamado de poema-objeto.

Biografia do autor

Décio Pignatari (1927-2012) foi um poeta e ensaísta brasileiro, um dos mais importantes poetas do movimento concretista, foi também professor, teórico da comunicação e tradutor. Décio nasceu em Jundiaí, São Paulo, no dia 20 de agosto de 1927. Filho de imigrantes italianos, ainda pequeno mudou-se para a cidade de Osasco, onde passou sua infância e adolescência. E em 1948 ingressou no curso de direito da Universidade de São Paulo (USP) (COSTA, 2018).

Cedo começou a se interessar pelas possibilidades que o movimento da palavra podia proporcionar e tal interesse logo o conduziu a experimentar novos caminhos para a poesia. No fim de 1948, Décio e os irmãos Haroldo e Augusto de Campos reunidos em torno do clube da poesia, logo se desligam da geração de 45, por entenderem que era um núcleo tradicional e pouco criativo. Em busca de síntese entre poesia e a cidade, o grupo cria a poesia concreta. Os poemas concretos não falavam necessariamente de ou sobre a cidade, mas falavam da linguagem da percepção e sensibilidade urbana, utilizando recursos e técnicas visuais (ASEFF, 2012).

As primeiras poesias de Décio foram publicadas na “Revista Brasileira de Poesia” em 1949. Sua estreia na literatura se deu com a publicação do livro “Carrossel”, em 1950. Em 1952, Décio e os irmãos de Campos resolvem fundar um órgão de imprensa que registrasse a nova poesia - o concretismo, com a inauguração da revista “Noigandres” (COSTA, 2018).

Em 1953, o poeta contemporâneo concluiu o curso de Direito e, em seguida, viajou para a Europa, só retornando em 1955. Em 1956, o grupo lança oficialmente o “Movimento Concretista” na exposição Nacional de Arte Concreta, no Museu de Arte Moderna de São Paulo. Entre suas obras destacam-se: “Poesia/pois é/poesia”, “Terra”, “Dollar/Cristo” e “Coca Cola” (COSTA, 2018).

A história da coca-cola e o consumismo no Brasil

Apresentamos aqui, uma breve síntese da história da Coca-Cola, com base na leitura de Lima (2017, p. 32-33) e em informações disponíveis em sites e blogs⁴, a quem atribuímos a autoria dos parágrafos seguintes.

Tudo começou em maio de 1886, quando o farmacêutico John Styth Pemberton produziu, pela primeira vez, numa panela de cobre, no quintal de sua casa, em Atlanta, na pequena Geórgia, Estados Unidos, um concentrado para a fabricação daquele que viria a ser o mais conhecido refrigerante de todo o mundo. O Dr. Pemberton desceu a rua e entregou na Jacob's Pharmacy a matéria-prima que, misturada à água carbonatada, foi vendida no balcão a cinco centavos de dólar.

Frank M. Robinson, sócio e contador da firma do Dr. Pemberton, sugeriu o nome para o produto e desenhou a palavra Coca-Cola, na caligrafia de letras ondulantes, que é famosa até hoje. Em 1886, as vendas de Coca-Cola não passaram de 13 copos diários e a produção anual do concentrado de 25 galões. Nesse primeiro ano, o Dr. Pemberton faturou US\$ 50 em vendas e gastou US\$ 73,96 em propaganda.

O concentrado era embalado em pequenos barris de madeira, pintados de vermelho, o que tornou o vermelho a cor que identifica a Coca-Cola. No dia 31 de janeiro de 1893, a marca Coca-Cola era registrada no escritório oficial de patentes dos Estados Unidos.

Em 1894, em Vicksburg, Mississipi, ao procurar um meio de levar a Coca-Cola para um piquenique, o comerciante de doce Joseph A. Biedenharn tornou-se a primeira pessoa a engarrafar a Coca-Cola, usando um concentrado vindo de Atlanta. Essa inovação criou um novo conceito de mercado, que levou a Coca-Cola para uma distribuição mais ampla. Em 1898, o engarrafamento desse refrigerante em larga escala tornou-se possível, graças a Joseph B. Whitehead e Benjamin F. Thomas, de Chattanooga, Tennessee, que obtiveram os direitos exclusivos de engarrafar e vender Coca-Cola praticamente em todos os Estados Unidos. A inconfundível garrafa de Coca-Cola, familiar em todo mundo, foi desenhada em 1916 pela Root Glass Company, de Terre Haute, Indiana, que levou em conta seu fácil manuseio. Na ocasião, devido às suas curvas, apelidaram a garrafa de Coca-Cola de Mae West, comparando-a a famosa atriz de cinema daquela época, conhecida por sua sensualidade.

Desde que a Coca-Cola usou o slogan “Delicioso e Refrescante”, no distante ano de 1886, a sua publicidade vem refletindo alegria e as coisas boas da vida. Em 1927, a Coca-Cola iniciou uma campanha de publicidade através de uma cadeia de rádio e, em 1950, os então famosos atores, Edgar Bergen e

⁴ A exemplo: < <https://ocaisdamemoria.com/2015/05/08/venda-da-1a-coca-cola/> >.

< <https://www.flickr.com/photos/jonycunha/6806070265> >.

< <https://pt.calameo.com/read/003751404fb4c89217f8d> >.

< <http://www.clubdoural.com.br/de-volta-aos-anos-dourados-com-coca-cola/> >.

Acessos em: 20 fev. 2019.

Charlie McCarthy participaram do primeiro show ao vivo, no Dia de Ação de Graças, transmitido por uma cadeia de televisão, sob o patrocínio de *The Coca-Cola Company*.

Em 1942, foi instalada a primeira fábrica de Coca-Cola em nosso país, na cidade do Rio de Janeiro. Três anos depois, nascia a primeira franquia, dada à Industrial de Refrescos, do Rio Grande do Sul, para fabricação de Coca-Cola em Porto Alegre. O contrato de fabricação permitia, àquela empresa, total exclusividade de produção e comercialização no território de sua franquia. Valendo-se das melhores técnicas de vendas que já conhecia, nas quais se incluíam promoções de todas as espécies, Coca-Cola sai às ruas do Rio, com vontade de vencer. E para um produto novo, com tantas questões em torno de si, registrou em um mês a venda de 1.843 caixas, volume inexpressivo, mas que serviu de estímulo para que se redobrassem os esforços. De 1945 até hoje, as franquias da Coca-Cola espalharam-se por todo o Brasil, existindo em nosso país, atualmente, 18 grupos de Fabricantes que operam 38 fábricas e 141 linhas de produção.

Memória discursiva: relação existente entre a poesia “Eu, etiqueta” de Carlos Drummond de Andrade e o poema “Beba coca cola”, de Décio Piguinatari

Para construir nosso dizer, precisamos nos apropriar de outros dizeres, já ditos antes, visto que, quando nascemos já existia a linguagem e isso é memória discursiva para a AD: o fato de que todo discurso remete a outro discurso.

A memória, por sua vez, tem suas características, quando pensada em relação ao discurso. E, nesta perspectiva, ela é tratada como interdiscurso. Este é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. Ou seja, é o que chamamos memória discursiva: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando Cada tomada da palavra. (ORLANDI, 2007, p. 31)

Sendo assim, ao realizar este estudo, nos apropriamos de palavras já ditas, e o fato de se apropriar do que já foi dito, não compromete a produção de variados sentidos, assumindo sentidos diferentes. Analisaremos agora, as duas obras citadas e sua relação de sentido.

Sabemos que o sistema socioeconômico do nosso país é capitalista, desde que substituiu o feudalismo, passou-se então, a valorizar a propriedade privada e o lucro. Diante dos avanços tecnológicos, com o advento das revoluções industriais, esse sistema foi se fortalecendo, desencadeando conseqüentemente, o consumismo.

Atualmente, o que vemos são pessoas comprando mais do que necessitam e uma ampla concorrência empresarial. O consumismo é fortemente induzido pelo marketing, que consegue atingir a fragilidade íntima das pessoas, usando famosos como: atrizes, modelos, jogadores de futebol etc., tudo

isso para alcançar altas vendas e grande lucro. No caso da Coca-Cola suas propagandas procuram retratar momentos de alegria, diversão e prazer.

Nosso arquivo tem tudo a ver com essa questão, basta vermos que o poema partiu do slogan “beba coca-cola”, que se configura uma frase imperativa, ou seja, expressa um pedido uma ordem ou um conselho ao ouvinte e também, pelo fato de que, no período que a obra foi escrita, já tínhamos de contexto sócio-histórico esse desenfreio de consumo.

No entanto, Décio não foi o único a falar do consumismo. Vejamos a poesia: “Eu, etiqueta” de Carlos Drummond de Andrade (1902-1987):

Eu, etiqueta

Em minha calça está grudado um nome
Um nome... Estranho.
Meu blusão traz lembrete de bebida
Que jamais pus na boca, nessa vida,
Em minha camiseta, a marca de cigarro
Que não fumo, até hoje não fumei.
Minhas meias falam de produtos
Que nunca experimentei
Mas são comunicados a meus pés.
Meu tênis é proclama colorido
De alguma coisa não provada
Por este provador de longa idade.
Meu lenço, meu relógio, meu chaveiro,
Minha gravata e cinto e escova e pente,
Meu copo, minha xícara,
Minha toalha de banho e sabonete,
Meu isso, meu aquilo.
Desde a cabeça ao bico dos sapatos,
São mensagens,
Letras falantes,
Gritos visuais,
Ordens de uso, abuso, reincidências.
Costume, hábito, premência,
Indispensabilidade,
E fazem de mim homem-anúncio itinerante,
Escravo da matéria anunciada.
Estou, estou na moda.
É duro andar na moda, ainda que a moda
Seja negar minha identidade,
Trocá-la por mil, açambarcando
Todas as marcas registradas,
Todos os logotipos do mercado.
Com que inocência demito-me de ser
Eu que antes era e me sabia
Tão diverso de outros, tão mim mesmo,
Ser pensante sentinte e solitário
Com outros seres diversos e conscientes
De sua humana, invencível condição.
Agora sou anúncio
Ora vulgar ora bizarro.
Em língua nacional ou em qualquer língua
(Qualquer principalmente.)
E nisto me comparo, tiro glória
De minha anulação.
Não sou – vê lá – anúncio contratado.

Eu é que mimosamente pago
Para anunciar, para vender
Em bares festas praias pérgulas piscinas,
E bem à vista exibo esta etiqueta
Global no corpo que desiste
De ser veste e sandália de uma essência
Tão viva, independente,
Que moda ou suborno algum a compromete.
Onde terei jogado fora
Meu gosto e capacidade de escolher,
Minhas idiossincrasias tão pessoais,
Tão minhas que no rosto se espelhavam
E cada gesto, cada olhar
Cada vinco da roupa
Sou gravado de forma universal,
Saio da estampania, não de casa,
Da vitrine me tiram, recolocam,
Objeto pulsante, mas objeto
Que se oferecem como signo dos outros
Objetos estáticos, tarifados.
Por me ostentar assim, tão orgulhoso
De ser não eu, mas artigo industrial,
Peço que meu nome retifiquem.
Já não me convém o título de homem.
Meu nome novo é Coisa.
Eu sou a Coisa, coisamente.

(ANDRADE, 2015, p. 53)

Como vimos, o poema de Carlos Drummond aborda a realidade consumista, a forma como somos influenciados pelo consumismo. Tamanha é a influência, que as pessoas acabam perdendo sua personalidade (o seu eu), para se tornar algo que a sociedade, o sistema capitalista e o consumismo impõem. Na compreensão de Hall (2005, p. 75):

Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. Foi a difusão do consumismo, seja como realidade, seja como sonho, que contribuiu para esse efeito de “supermercado cultural”.

Podemos entender que o discurso de Décio Pignatari se entrelaça ao de Carlos Drummond de Andrade, uma vez que o poema “Coca cola” e o “Eu, etiqueta” tratam do consumismo, da publicidade, do sistema capitalista, que impõe o que você deve ser, o que você deve fazer, o que deve usar etc., de modo que o sujeito é assujeitado de modo que não percebe e não tem consciência disso. Essa é a ideologia que se materializa na linguagem dos dois textos.

Efeito de sentidos presente no poema

Dada a natureza imagética do poema, vejamos-lo na figura, abaixo (PIGNATARI, 2004):



Ao lermos esse poema, percebemos que existe um desconforto ao pronunciarmos os fonemas e uma apreensão por se tratar de uma leitura diferente. Como já vimos, a poesia concreta explora as possibilidades de leitura e isso se aplica no nosso caso, porque podemos fazer uma leitura linear (tradicional), vertical e até diagonal. O interessante é que as palavras, formadas a partir desses ângulos, têm seu papel significativo na produção de sentidos.

Todas as palavras presentes têm as mesmas letras do slogan “Beba coca-cola”, ou seja, existe um jogo de palavras. É importante lembrar que a simples leitura desse poema não seria capaz de produzir os sentidos que podem ser produzidos pelo mesmo e que nem se perguntássemos a Décio o que ele quis dizer com esse enunciado chegaríamos a uma compreensão exata dos sentidos presentes no texto, porque segundo Orlandi (2007, p. 32), o que o sujeito “sabe não é suficiente para compreendermos o efeito de sentidos ali presentificados”.

Para Pêcheux (2010), o discurso é efeito da ideologia, sendo assim, são as condições históricas, sociais e políticas que produz no sujeito seu discurso. Logo, para chegarmos aos sentidos, precisamos considerar o contexto do consumismo, do concretismo e do capitalismo, como elementos fundamentais para a construção do discurso.

Os vocábulos que temos formados são: ‘babe’, ‘caco’, ‘beba’, ‘coco’, ‘cola’, ‘caca’ e a “cereja do bolo”, ‘cloaca’, finalizando o poema. ‘Cloaca’ não é uma palavra comum, que todos sabem a sua significação, por isso, vejamos no dicionário Aurélio (FERREIRA, 2001, p. 159) o seu significado:

Cloaca *sf.* **1.** Fossa ou cano que recebe dejetos e imundícies. **2.** V. *latrina*. **3.** Cavidade genital e excretória no final do canal intestinal de aves e reptis.

Em outros dicionários, temos “esgoto”, como definição. A partir desta palavra e de outras formadas no poema, com a compreensão da exterioridade do mesmo, entendemos que a obra critica o consumismo e o capitalismo norte- americano.

Considerações finais

A obra de Décio é de relevante importância para a nossa Literatura Brasileira, visto que é uma contribuição para a formação do nosso pensamento crítico-social, ou seja, através do jogo de palavras, a posição-sujeito critica a alienação, a desvalorização do nacional, o consumismo e o capitalismo norte-americano e, conseqüentemente, o assujeitamento que nos é imposto sem que percebamos.

A compreensão do poema se deu por meio da interpretação, que está ligada consideravelmente à ideologia, a qual, por sua vez, materializa-se na linguagem. Essa análise levou em conta as condições de produção, até porque o sujeito é histórico e o sentido é História. Sendo assim, a relação entre língua e história só pode ser dada pela ideologia. Os sentidos não param aqui, visto que, segundo Orlandi (2007, p. 07), “o discurso, por princípio, não se fecha. É um processo em curso”, em constante e ininterrupto movimento.

Referências

ANDRADE, Carlos Drummond de. **Corpo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. [1984].

ASEFF, Marlova Gonsales. **Poetas-tradutores e o cânone da poesia traduzida no Brasil (1960-2009)**. 2012. 239 f. Tese (Doutorado em Estudos da Tradução) – Centro de Comunicação e Expressão. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

CABAÑAS, Teresa. A aventura concretista: da técnica visual à tecnologia da informação, impasses e aporias. **Ipotesi**, Juiz de Fora, v. 12, n. 2, p. 21 - 36, jul./dez. 2008. Disponível em: <

<http://www.ufjf.br/revistaipotesi/files/2011/04/3-A-aventura-concretista.pdf> >. Acesso em: 20 fev. 2019.

CARISE, Iracy. **Do Figurativo ao Concretismo e as Assemblages**: volta às raízes na visão de uma trajetória. São Paulo: Advisors, 2003.

COSTA, Waldiney Santana da. **Poema impresso e ciberpoema**: experiência de ensino de Literatura. 2018. 159 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) – Faculdade de Educação e Linguagem. Universidade do Estado de Mato Grosso, Cáceres, 2018.

DAMASCENO, Kedma Janaina Freitas. Vanguarda poética no Rio Grande do Norte: Concretismo – poema/processo. In: XIV Congresso Internacional da ABRALIC: Fluxos e correntes: trânsitos e traduções literárias. **Anais...** Belém (PA), jul. 2015. Disponível em: <

http://www.abralic.org.br/anais/arquivos/2015_1456101801.pdf >. Acesso em: 20 fev. 2019.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio Século XXI Escolar**: o Minidicionário da Língua Portuguesa. 4. ed. São Paulo: Nova Fronteira, 2001.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler**: em três artigos que se completam. 51. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

LIMA, Sidney Cardoso de. **Marketing de relacionamento e mix de marketing como influência no consumo de refrigerante coca cola**: análise do impacto na decisão de escolha dos moradores do sub bairro Brito em Campo Grande no Rio de Janeiro. 2017. 63 f. Monografia (Especialização/MBA em Gestão de Projetos). Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, 2017.

ORLANDI, Eni P. **Análise do Discurso**: princípios e procedimentos. 7. ed. Campinas: Pontes, 2007.

_____. **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. Campinas: Editora da UNICAMP, 1992.

PÊCHEUX, Michel. Análise Automática do Discurso (AAD-1969). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (Orgs.). **Por uma Análise Automática do Discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Trad. Eni P. Orlandi. Campinas: UNICAMP, 2010. p. 61-162.

PIGNATARI, Décio. **Poesia Pois É Poesia 1950-2000**. Cotia: Ateliê Editorial; Campinas: Editora da UNICAMP, 2004.