

**GÍLMIA DE LOURDES MUNIZ MARTINI
FROÍS**

**DIALOGISMO E SUBJETIVIDADE EM PROPAGANDAS DE
CELULARES: O CASO DA OPERADORA DE CELULARES *TIM***

Dissertação apresentada à Universidade de Franca, como exigência parcial para a obtenção de título de Mestre em Linguística.

Orientadora: Profa. Dra. Marina Célia Mendonça.

**FRANCA
2009**

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

Catálogo na fonte – Biblioteca Central da Universidade de Franca

F957d	<p>Froís, Gílmia de Lourdes Muniz Martini</p> <p>Dialogismo e subjetividade em propagandas de celulares : o caso da operadora de celulares Tim / Gílmia de Lourdes Muniz Martini Froís ; orientador: Marina Célia Mendonça. – 2009</p> <p>101 f. : 30 cm.</p> <p>Dissertação de Mestrado – Universidade de Franca Curso de Pós-Graduação Stricto Sensu – Mestre em Linguística</p> <p>1. Linguística – Dialogismo. 2. Análise do discurso. 3. Sujeito – Telefonia celular. I. Universidade de Franca. II. Título.</p> <p>CDU – 801:82-5:82-83</p>
-------	---

GÍLMIA DE LOURDES MUNIZ MARTINI FROIS

DIALOGISMO E SUBJETIVIDADE EM PROPAGANDAS DE CELULARES: O CASO
DA OPERADORA DE CELULARES *TIM*

Orientadora:

Nome: Prof^ª Dr^ª Marina Célia Mendonça
Instituição: Universidade de Franca

Examinador(a): _____
Nome: Profa. Dra. Fernanda Mussalim
Instituição: Universidade Federal de Uberlândia

Examinador(a): _____
Nome: Profa. Dra. Maria Regina Momesso de Oliveira
Instituição: Universidade de Franca

Franca, ____/____/____

DEDICO essa conquista a todos aqueles que acreditam na verdadeira essência do ser, e que são capazes de vencer os obstáculos da vida com alegria e dignidade.

AGRADECIMENTOS

Representando todos os demais que merecem um grande “muito obrigada”

A “DEUS”, que se manifesta nas coisas mais simples, e que me fortaleceu nos momentos em que me senti muito cansada, acompanhando-me em todas as viagens realizadas durante esses três anos de estudo para que eu concluísse esse tão sonhado projeto de vida.

- meus pais, por bancarem todas (Todas!) as minhas paixões, de forma também apaixonada. Por serem presença discreta, divertida, carinhosa na medida. Meu pai Antonio, por ser um pai que diz “sim” e permite desejar, mais do que precisar. Minha mãe Lourdes, minha maior paixão... que me ensina a cada dia o verdadeiro significado do verbo “Amar”.

- meus irmãos. Gilmara, meu contraponto corajoso: que com suas diferenças me ensina a compreender as várias formas de viver. Gilmar: por me mostrar que a vida pode ser leve, com sessões de músicas e de uma boa pescaria.

-Weslei (minha riqueza!) por viabilizar uma vida que eu consigo dividir com alguém. Por me mostrar que existem coisas muito mais legais para amar do que o trabalho e a teoria. Por me dizer que eu sou a melhor, mas me fazer querer ser melhor ainda. Pelas gargalhadas, que fazem um amor tão grande ser tão fácil de carregar. Eu te amo.

-Giovana, minha sobrinha, uma criança iluminada, que me descontraiu sempre que eu estava angustiada e triste.

-Tabta, Gable e Maria Paula, minhas cunhadas, por serem muito mais que a família do Weslei: serem minhas amigas.

- aos meus tios Fernando, Toninha e aos meus primos Fernando e Giovana que me acolheram na sua casa em Franca, muito obrigada pelo companheirismo e pelo incentivo.

-aos meus avós maternos adoráveis: vovô Muniz e vovó Cida (*in memorian*), que não puderam esperar para ver a realização deste sonho, mas estarão eternamente presentes nas minhas conquistas. Obrigada por terem sempre me ensinado a humanidade e a humildade, e pelo exemplo de vida que desejo um dia poder deixar para meus filhos.

- aos meus primos, em especial ao Tiago e ao Beto (*in memorian*), que com suas diferenças e simplicidade me ensinaram que a felicidade está nas coisas mais simples da vida.

- à minha orientadora e “Amiga” Marina, por acreditar em mim sempre, quase sempre mais do que eu mesma acreditei. Obrigada por acreditar que essa pesquisa era possível, pelo estímulo, pelas intervenções e questionamentos que ecoaram vozes tão ricas, precisas e imprescindíveis, sem as quais não teria chegado aonde cheguei. Obrigada pelo exemplo a ser seguido.

- aos meus amigos do mestrado, em especial à Juliana, parceira desta travessia íngreme e dolorosa, mas também gratificante e prazerosa, pelo carinho e conforto nas horas mais difíceis.

- a todos os professores do mestrado em Linguística da Unifran que direta ou indiretamente contribuíram para a presente dissertação, em especial às professoras Maria Silvia Olivi Louzada e Maria Regina Momesso de Oliveira pelas preciosas contribuições ao longo do percurso e no Exame de Qualificação.

- ao meu professor e amigo Juscelino Pernambuco que, ainda na especialização, acreditou em mim e me incentivou na realização deste sonho, meu muito obrigada!

- ao professor Vinha e a Capes pela bolsa concedida.

- à secretaria da pós-graduação da Unifran, pela prontidão, atenção e carinho.

Eu não posso me arranjar sem um outro, eu não posso me tornar eu mesmo sem um outro; eu tenho de me encontrar num outro por encontrar um outro em mim.

Viver significa tomar parte no diálogo: fazer perguntas, dar respostas, dar atenção, responder, estar de acordo e assim por diante. Desse diálogo, uma pessoa participa integralmente e no correr de toda a sua vida: com seus olhos, lábios, mãos, alma, espírito, com seu corpo todo e com todos os seus feitos. Ela investe seu ser inteiro no discurso e esse discurso penetra no tecido dialógico da vida humana, o simpósio universal (BAKHTIN).

RESUMO

FROÍIS, Gílmia de Lourdes Muniz Martini. **Dialogismo e subjetividade em propagandas de celulares: o caso da operadora de celulares Tim. 2009.** 101 Fls. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade de Franca – Franca.

Podemos dizer que os produtos tecnológicos têm presença marcante na vida do homem contemporâneo, interferindo em suas práticas e valores. O telefone celular é um desses produtos, o qual produziu novas práticas comunicativas, acompanhadas de novos valores sociais. Considerando esse contexto histórico, nesta dissertação analisamos peças publicitárias da operadora de celulares Tim. O *corpus* analisado compõe-se de: três vídeos veiculados nas mídias entre 2.000 e 2.008; duas peças publicitárias veiculadas na revista *Veja*, uma em 12 de abril de 2.000 e outra em 16 de fevereiro de 2.005; uma peça impressa colhida na internet em 12 de março de 2.007; e cinco panfletos divulgados pela Tim entre abril e dezembro de 2.006. Ao todo são analisadas onze peças publicitárias veiculadas entre o ano de 2.000 e 2.008, todas vinculadas à campanha que tem por *slogan* “Viver sem fronteiras”. A análise se faz considerando-se principalmente os postulados teóricos de Mikhail Bakhtin sobre dialogismo e os estudos desenvolvidos pelos membros que compunham o Círculo bakhtiniano e por autores contemporâneos que desenvolvem pesquisa nessa linha de investigação. O objetivo é refletir sobre as vozes que constituem esses discursos: como se materializam nas peças esses novos valores acerca da relação do homem moderno com as novas tecnologias? O discurso presente nessas peças ajuda a produzir uma identidade para o consumidor desse produto? Qual a relação entre a construção do tempo-espaço das peças (chamado por Bakhtin de cronotopo) e a produção de identidade para o sujeito contemporâneo postulado pelo discurso da operadora de celulares Tim? Na presente pesquisa, considerando o suporte teórico citado, partimos da hipótese de que as vozes sociais estão em constante elaboração e transformação no processo dialógico/constitutivo da produção do discurso e da subjetividade, a qual se dá na alteridade. A análise revela, entre outros aspectos, um diálogo conflituoso entre duas vozes sociais materializadas nos enunciados verbais e não-verbais: enquanto estes reforçam um discurso que vem de um lugar social que busca resgatar a vida tranqüila, longe da correria do dia-a-dia que caracteriza a vida do homem contemporâneo, os enunciados verbais presentes nas peças reforçam um discurso que procede de outro lugar social - onde se buscam o consumismo, a competição, o “ser-melhor”, o superar desafios, a correria, os meios tecnológicos. O sujeito postulado nas peças em questão tem sua identidade marcada por essa contradição, a qual é reforçada por diferentes cronotopos atualizados nos enunciados.

Palavras-chave: Análise do discurso; dialogismo; sujeito; telefonia celular.

ABSTRACT

FROÍIS, Gílmia de Lourdes Muniz Martini. **Dialogism and subjectivity in cell phones advertisements: The case of Tim Cell Phones Company. 2009.** 101 Fls. (Linguistic in Master Degree) – Franca University – Franca.

We can say that the technological products have such a very important presence in the contemporary man's life; they interfere in man's practice and value. The cell phone is one of these products, which has produced new communicative practice, and it goes with new social values. Considering this historic context, we analyze the advertising campaign of Tim Cell Phones Company in this dissertation. The *corpus* analyzed consists of: three videos in the media between 2.000 and 2.008; two advertising campaigns published in *Veja* magazine, one on April 12th, 2.000 and other on February 16th, 2.005; one advertisement from the internet on March 12th, 2.007; and five pamphlets spread by Tim between April and December, 2006. Eleven advertisements in the media between 2.000 and 2.008 are analyzed altogether; all of them linked to the slogan campaign "Living without frontier". The analysis is done considering mostly the Mikhail Bakhtin's theoretical proposals about dialogism and the studies developed by Bakhtin circle of members and contemporary authors who develop researches in this investigation line. The objective is to reflect on the voices that constitute these advertisements speeches: how do these new values about the relation of the contemporary man to new technologies are materialized in these advertisements? Does the speech of these advertisements help to produce an identity of these products to the consumers? What is the connection between the construction of time-space of the advertisements (called by Bakhtin of *chronotope*) and the production of the identity to the contemporary subject proposed by Tim Cell Phone Company speech? In this present research, considering the theoretical support mentioned, we start from the hypothesis that the social voices are in constant elaboration and transformation in the process dialogic/constituted of the productions of the speech and the subjectivity, which happens in the self-ownership. The analysis reveals, among others aspects, a conflict dialog between two social voices materialized in the verbal and not verbal enunciation: while these reinforce a speech that comes from a social place which searches to recover the calm life, far from nowadays rush that characterize the contemporary man's life, the verbal enunciation present in these advertisements reinforce a speech that comes from other social place – where the consume, the competition, the "being the best", the overcoming the challenges, the rush, the technological means. The subject proposed in the advertisements in question has his identity marked of this contradiction, which is reinforced by different *chronotope* updated in the enunciation.

Key-words: Speech analysis; dialogism; subject; Cell Phone Company.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Vídeo “Aves”	64
Figura 2 – Vídeo “Rochas”	65
Figura 3 – Vídeo “Água”	67
Figura 4 – Peça Impressa “Água”	68
Figura 5 – Peça Impressa “Vento”	70
Figura 6 – “Relógio”	71
Figura 7 – “Folders”.....	73
Figura 8 – Logomarca “Viver sem fronteiras”	79

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 DIALOGISMO E PRODUÇÃO DE SENTIDO	16
1.1 Enunciado, enunciação, subjetividade e autoria na perspectiva bakhtiniana	18
1.2 Dialogismo e heterogeneidade discursiva	30
1.3 Cronotopo e produção de sentido	36
2 IDENTIDADE NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: REFLEXÕES SOBRE A RELAÇÃO DO SUJEITO COM AS NOVAS TECNOLOGIAS	42
2.1 A identidade na sociedade contemporânea: um recorte de estudos sociológicos.....	44
2.2 O sujeito na sua relação com os aparelhos celulares: um recorte no campo da psicologia.....	50
3 DISCURSOS EM CONFLITO NA CAMPANHA “VIVER SEM FRONTEIRAS”	62
3.1 O cronotopo dominante em imagens veiculadas em peças da campanha “Viver sem fronteiras”.....	63
3.2 Heterogeneidade Discursiva na peças da Tim: discursos em conflito	74
3.3 O <i>slogan</i> “Viver sem fronteiras”	79
CONSIDERAÇÕES FINAIS	81
REFERÊNCIAS	83
ANEXOS	86

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa nasce de nosso interesse pelo discurso publicitário. Esse interesse se inicia com uma monografia escrita como requisito parcial para obtenção do título de especialista na Especialização em Língua Portuguesa e Literatura, realizada em 2006 na Universidade de Franca. Essa pesquisa teve como tema “A evolução da figura feminina nas campanhas publicitárias da Nestlé” - as campanhas analisadas permitiram acompanhar a emancipação da mulher.

O trabalho foi desenvolvido através de uma pesquisa teórica e bibliográfica sobre análise do discurso na perspectiva dos estudos de Mikhail Bakhtin. Sua contribuição é uma reflexão analítica de como é figurativizada a emancipação da mulher na sociedade e de como o discurso publicitário, tão presente em nosso cotidiano atualmente, dialoga com seus destinatários, além de apresentar ideologias e valores sociais nos diferentes contextos sócio-histórico-culturais em que os anúncios estão inseridos.

A análise da monografia em questão mostra, em anúncios publicitários, a diferença discursiva entre a imagem das mulheres do século anterior e a representada atualmente. Elas deixaram de ser submissas a seus lares, passando a ter voz ativa, a serem ouvidas, conquistando respeito e espaço no mercado de trabalho. Até o final do século XX, o papel da figura feminina nos anúncios da *Nestlé* se restringia à representação de dona-de-casa. Observamos que, com as mudanças da figura feminina, os anunciantes atualizaram a forma de representação do posicionamento da mulher nos anúncios, talvez porque, nas últimas décadas, elas conquistaram paulatinamente o mercado de trabalho e passaram a dividir as responsabilidades do lar com o companheiro e com outras mulheres: babás, empregadas domésticas, assumindo novos papéis fora de seus lares; constrói-se, assim, nos anúncios da *Nestlé*, uma nova imagem.

Dessa forma, observamos, no decorrer da análise, uma correspondência entre a evolução do papel das mulheres no meio social e as campanhas publicitárias da *Nestlé* no Brasil. Elas deixaram de ser apenas dona-de-casa, tornando-se mulheres mais modernas, em busca de maior praticidade para que possam utilizar seu tempo livre com a família, com os amigos e em viagens.

Na presente dissertação, optamos por continuar a trabalhar com a publicidade tendo em vista que o gênero publicitário nos interessa justamente pela interação entre enunciador e destinatário quanto das relações de produção e de interpretação que se estabelecem nos anúncios publicitários. Isso porque a produção e a interpretação dos anúncios publicitários envolvem sistemas de valores tanto do enunciador como do destinatário, sendo relevantes para a construção dialógica do sentido.

A Tim foi escolhida tendo em vista nosso interesse em investigar a interação entre vozes sociais em contexto em que se observa o avanço dos meios tecnológicos: o aparelho celular, nessa conjuntura, nos parece um objeto de desejo que se tornou indispensável face às novas práticas sociais desenvolvidas pela sociedade contemporânea. Também nos chamou atenção o *slogan* “Viver sem fronteiras”, que nos parecia, quando da definição do *corpus*, uma voz em uníssono com os valores do sujeito do século XXI.

Assim, o presente estudo tem como tema: “Dialogismo e subjetividade em propagandas de celulares: o caso da operadora de celulares Tim”. Nele, refletimos sobre o conflito das vozes que se misturam nessa campanha.

A concepção de discurso assumida aqui parte principalmente das reflexões do Círculo de Bakhtin presentes nas seguintes obras: *Estética da Criação Verbal*, *Marxismo e Filosofia da Linguagem* e *Questões de literatura e de estética: a teoria do romance*. Também são considerados, como base teórica para este trabalho, estudos de autores como: Faraco (2003), Fiorin (2006), Miotello (2005), Beth Brait e Rosineide de Melo (2005), Sobral (2005) e Geraldi (2003), que escreveram sobre os escritos do pensador russo.

Concordando com esses autores, entendemos que a linguagem, como produto das interações sociais, é dialógica, seja entre os sujeitos da enunciação ou entre discursos. O diálogo, nessa concepção, é considerado como a interação verbal do eu com o outro: o eu e o outro estão inseridos em grupos sociais, com interesses muitas vezes divergentes; portanto, o eu sozinho não dialoga, assim como o outro também necessita do eu para que o diálogo se constitua. A presença do outro na construção do enunciado significa que o sujeito utiliza-se do diálogo para expressar sua vivência, experiências, não sendo individual, mas interativo, pois é necessária a resposta do destinatário. Assim, concebe-se o dialogismo como o espaço interacional entre o eu e o tu; além disso, através do diálogo com os discursos na grande temporalidade, o discurso do outro perpassa, atravessa o discurso do eu. O dialogismo é, assim, o princípio constitutivo da linguagem e é através do diálogo que o discurso adquire sentido.

Segundo reflexões do Círculo de Bakhtin, o diálogo está presente em toda comunicação verbal, de qualquer tipo que seja, entre diferentes sujeitos sociais, que em espaços e tempos diversos, tomam a palavra ou têm a palavra representada, ressignificada. É dessa forma que se pode dizer que não há limites para o contexto dialógico.

A identidade do discurso pressupõe a interação discursiva do eu e do outro. Portanto um discurso, ao interagir com outro, constrói sua identidade na aproximação ou distanciamento do discurso do outro, sendo uma resposta a esse discurso.

Para o Círculo de Bakhtin, todo sentido de um texto só pode ser compreendido se existir uma situação extraverbal, na qual os sujeitos compartilham valores. Dessa forma, é pela interação e comunicação entre os sujeitos que a palavra torna-se um enunciado. O enunciado, nessa perspectiva, é dialógico; concebido como uma unidade de comunicação discursiva, este se constitui como a réplica de outro, momento em que é possível perceber como a sua constituição é heterogênea.

Para finalizar essas primeiras considerações teóricas, é preciso destacar que é nas relações dialógicas que o sujeito se constitui e exerce seu papel social. Há, portanto, uma estreita relação entre os sujeitos por meio do diálogo dos discursos – essas relações discursivas podem ser contratuais ou polêmicas, de divergência ou de convergência, de conciliação ou de luta, representando culturas diversificadas (consideradas, nessa perspectiva, como vozes presentes no discurso que podem caracterizar um grupo social). O sujeito só tem conhecimento de si na relação com o outro, ao mesmo tempo o outro define o eu, eis o não-acabamento constitutivo do sujeito tal como concebido nesse suporte teórico.

Dessa forma, pode-se dizer que o Círculo de Bakhtin não visa somente ao diálogo face a face, mas também a uma teoria da dialogização interna do discurso. Sendo assim, o discurso se orienta para o outro da interação e para outros discursos, instaurando-se numa perspectiva plurivalente de sentidos porque o diálogo abre novas possibilidades de interpretação do discurso com o qual se dialoga, e produz novos sentidos na antecipação da interpretação do outro.

Reflexões de Authier-Revuz (1990, 1998) sobre a heterogeneidade enunciativa também são tomadas como relevantes nesta pesquisa – essas reflexões são atualizadas por Patrick Charaudeau e Dominique Maingueneau (2006), Gregolin (2004), Maingueneau (1997, 2005) e Cardoso (1999).

Considerando, com Bakhtin, que uma palavra sempre se constitui a partir de outra, Authier-Revuz propõe duas formas de heterogeneidade presentes no discurso: a heterogeneidade constitutiva, não localizável no fio discursivo, mas que se pode definir

formulando hipóteses através do interdiscurso, e a heterogeneidade mostrada que se manifesta ao longo do discurso e que pode ser marcada e não marcada. Quando marcada, é da ordem da enunciação, visível na materialidade lingüística, como, por exemplo: discurso direto, discurso indireto, aspas, itálico, glosa. Se for não-marcada, então aparece sem uma marca unívoca: discurso indireto livre, ironia, imitação.

O recorte que constitui o *corpus* analisado é: três vídeos veiculados nas mídias entre 2.000 e 2.008; duas peças publicitárias veiculadas na revista *Veja*, uma em 12 de abril de 2.000 e outra em 16 de fevereiro de 2.005; uma peça impressa, colhida na internet em 12 de março de 2.007; e cinco panfletos divulgados pela Tim entre abril e dezembro de 2.007. Ao todo, portanto, são analisadas onze peças publicitárias veiculadas entre o ano de 2.000 e 2.008, todas vinculadas à campanha que tem por *slogan* “Viver sem fronteiras”.

O objetivo desta pesquisa é refletir sobre a presença de vozes sociais nas peças selecionadas, ou seja, o diálogo que nelas se processa com o contexto histórico em que elas são produzidas. Os objetivos específicos da análise que nos propomos realizar são: 1) Fazer um levantamento de vozes sociais que constituem o sujeito contemporâneo na relação com os aparelhos celulares; 2) Analisar como se dá a materialização dessas vozes nas peças em destaque; 3) Fazer uma reflexão sobre os valores ideológicos que se produzem na sociedade brasileira contemporânea acerca do uso de aparelhos celulares; 4) Refletir sobre a identidade do sujeito-consumidor postulado pelas peças da TIM.

Entre os procedimentos metodológicos adotados, realizamos uma revisão bibliográfica. O resultado dessa revisão encontra-se no primeiro capítulo desta dissertação, que traz resenhas de autores que escreveram sobre o dialogismo, enunciado e enunciação, subjetividade e autoria, heterogeneidade discursiva (em suas diversas formas: não-mostrada e mostrada, mostrada marcada e não-marcada), cronotopo e produção de sentido. Essa revisão bibliográfica embasa teoricamente as análises das peças publicitárias que constituem o nosso *corpus*.

O segundo capítulo desta dissertação tem por objetivo apresentar o contexto de produção dos discursos analisados. Trata-se de um levantamento bibliográfico de estudos sobre o contexto histórico vivido pelos brasileiros nesta passagem para o século XXI. Buscamos, para tal, pesquisas realizadas pelo sociólogo Bauman sobre as transformações ocorridas na sociedade contemporânea que se produz sob a égide desse contexto.

Ainda no segundo capítulo, nesse momento na perspectiva da psicologia, recuperamos estudos que trazem discursos que circulam no contexto de produção e que explicitam vozes sociais que são atualizadas no *corpus* - a análise procura perceber como se dá essa

atualização. Trata-se de estudos acadêmicos sobre a relação do brasileiro com os telefones celulares: dois artigos de Ana Maria Nicolaci-da-Costa (PUC-RJ): um deles consta do Scielo e foi publicado na revista *Psicologia: ciência e profissão* (avaliada como Qualis A – nacional) no ano de 2004: “A passagem interna da modernidade para a pós-modernidade”; o outro artigo, também no Scielo, foi publicado em 2004 na revista *Psicologia: Teoria e Pesquisa* (avaliada como Qualis A – internacional) e tem por título “Impactos psicológicos do uso de celulares: uma pesquisa exploratória com jovens brasileiros”. Outro estudo utilizado por nós foi realizado por Isabelle B. B. Ferreira: trata-se de um relatório de pesquisa de Iniciação Científica orientada por Nicolaci-da-Costa, publicado no site da PUC-RJ em 2006 – “Estamos diante de uma revolução? Investigando os impactos psicológicos do uso de celulares multifuncionais”.

As pesquisas realizadas por Nicolaci-Da-Costa e sua orientanda nos ajudam a visualizar melhor os impactos causados na vida do sujeito contemporâneo (especialmente o brasileiro) com o uso dos celulares. Ao mesmo tempo, a pesquisa aponta para aspectos contraditórios: a necessidade de comunicação contínua com o outro faz com que o usuário (em sua maioria jovem) mantenha seus celulares sempre por perto para que seja encontrado a qualquer momento onde quer que esteja; mas, na perspectiva do usuário adulto, essa mesma agilidade que o celular proporciona é vista como sendo inoportuna.

Dessa forma, a presente pesquisa resenha, no segundo capítulo, estudos que interpretam vozes sociais de aceitação e de recusa do uso dos celulares, vozes que são relevantes para a análise do *corpus* que compõe esta dissertação.

No terceiro capítulo, fazemos uma análise qualitativa do *corpus*, mobilizando os conceitos bakhtinianos de dialogia, alteridade, heterogeneidade, enunciado e cronotopo.

Na primeira parte de nossa análise, analisamos os aspectos não-verbais de algumas peças publicitárias da operadora de celulares Tim seguindo o conceito de cronotopo, segundo Bakhtin. Na segunda parte de nossa análise, analisamos os enunciados verbais e não-verbais das peças publicitárias selecionadas mobilizando os outros conceitos do autor citados.

Assim o presente estudo consiste em mostrar o diálogo existente entre anúncios publicitários da operadora de celulares Tim e as vozes do sujeito contemporâneo. Os resultados apontam que os enunciados verbais e não verbais são perpassados por vozes sociais em conflito.

1. DIALOGISMO E PRODUÇÃO DO SENTIDO

A vida é dialógica por natureza. Viver significa participar do diálogo: interrogar, ouvir, responder, concordar, etc. Nesse diálogo o homem participa inteiro e com toda a vida: com os olhos, os lábios, as mãos, a alma, o espírito, todo o corpo, os atos. Aplica-se totalmente na palavra, e essa palavra entra no tecido dialógico da vida humana, no simpósio universal (BAKHTIN, 2003, p.348).

O dialogismo é um conceito que ficou conhecido, no contexto acadêmico, a partir das reflexões desenvolvidas pelo Círculo de Bakhtin. A base teórica que sustenta esta pesquisa vale-se principalmente dessas reflexões, as quais são expostas e comentadas neste capítulo. A seguir, fazemos alguns apontamentos sobre a vida e obra dos principais autores que compõem esse círculo, os quais contribuem para a compreensão de suas propostas teóricas.

Mikhail Mikhailovitch Bakhtin nasceu em 1895 em Orel, pequena cidade ao Sul de Moscou. Filósofo formado em História e Filologia, foi professor em Nevel, onde acabou construindo um Círculo de amigos, que mais tarde ficou conhecido mundialmente como Círculo de Bakhtin. Entre os membros que compunham o Círculo, temos: o filósofo Matvei Issaévitch Kagan, Valentin Nikolaévitch Voloshinov e Pável Nikolaévitch Medvedev, entre outros. Os amigos tinham em comum a paixão pela linguagem, uma paixão pela filosofia e pelo debate de idéias (FARACO, 2003, p.14), que lhes possibilita construir uma arquitetônica que tem por matriz o dialogismo.

Fiorin (2006), em obra que busca introduzir o leitor nessa arquitetônica, informa que, entre os períodos de 1924 a 1929, o Círculo publicou quatro importantes trabalhos: *O método formal nos estudos literários*, *Discurso na vida e discurso na arte*, *Freudismo: uma crítica marxista* e *Marxismo e Filosofia da Linguagem*.

Para o autor, as obras de Bakhtin são consideradas fascinantes, ricas. A composição de seus textos é marcada pelo inacabamento: Bakhtin não elaborou uma teoria didática nem uma metodologia acabada; ao contrário, sua obra examina progressivamente cada conceito, é marcada por um inacabamento, um vir a ser, uma heterogeneidade que torna seus textos complexos e de difícil compreensão.

Em 1940 o filósofo russo apresentou, no Instituto Gorki, sua tese de doutoramento intitulada *Rabelais e a Cultura Popular*. Devido aos confrontos da época gerados pela guerra, Bakhtin foi impedido de defendê-la, o que só se realizou em 1946. A tese do autor gerou muita polêmica e o comitê encarregado de analisá-la decidiu, em 1952, negar-lhe o título de doutor. Entretanto, esse trabalho, publicado em 1965, deu-lhe renome mundial.

Ainda segundo Fiorin (2006), Bakhtin começa a ser conhecido a partir de 1967, quando Júlia Kristeva publicou uma apresentação de suas obras sobre Dostoiévski e Rabelais na revista *Critique*: “Bakhtin, o discurso, o diálogo, o romance”.

Na história das publicações dos livros de Bakhtin, Fiorin (2006) postula dois problemas: obras que lhe foram atribuídas, mas que foram publicadas em nome dos membros que compunham o Círculo, e textos publicados postumamente.

As obras *O discurso na vida e o discurso na arte* (1926), *Freudismo: um esboço crítico* (1927) e *Marxismo e filosofia da linguagem* (1929) foram assinadas por V.N. Voloshinov e *O método formal nos estudos literários* (1928) foi obra atribuída a P.N. Medvedev. O problema da autoria dos livros de Bakhtin foi esquecido durante três décadas, sendo colocado em questão quando o lingüista Viatcheslav V. Ivanov afirmou que o livro *Marxismo e filosofia da linguagem* era de autoria de Bakhtin; mais tarde atribuíam ao filósofo russo a autoria também das outras obras acima citadas.

É importante ressaltar que esse problema encontrado com a autoria dos livros de Bakhtin, segundo Faraco (2003), foi encontrada a posteriori pelos estudiosos de seus trabalhos, já que os membros do Círculo não puseram essa autoria em questão.

O problema da publicação póstuma se coloca, por exemplo, quando se considera que, para Faraco (2003), não é possível conhecer tudo o que Bakhtin realmente escreveu, já que todo o arquivo encontrado é composto de manuscritos inacabados, alguns apenas rascunhados.

Além disso, de acordo com Fiorin (2006), a difícil compreensão dos textos bakhtinianos fez aparecer diversos Bakhtins. Há o Bakhtin pós-modernista; há o Bakhtin lingüista. Contudo, o autor também pode ser visto como um filósofo ou, como gostava de ser chamado, “um pensador” (FARACO, 2003, p.35). Segundo este autor, um dos mais importantes projetos intelectuais do Círculo de Bakhtin era a construção de uma filosofia e de uma teoria marxista das manifestações da superestrutura. Para o Círculo bakhtiniano, sua filosofia primeira era uma arquitetura do ato. Trata-se de uma tentativa de superar a dissociação entre o mundo da teoria e o mundo da vida. Esses dois mundos, segundo Faraco (2003), de incomunicáveis (o mundo da vida na sua eventicidade e o mundo da teoria), passam a uma unidade indivisível nas reflexões do Círculo:

que sabem como não separar seu ato realizado do produto dele, mas sim como relacionar ambos ao contexto único e unitário da vida e buscam determiná-los naquele contexto como uma unidade indivisível (BAKHTIN apud FARACO, 2003, p.21).

1.1 Enunciado, enunciação, subjetividade e autoria na perspectiva bakhtiniana

Para Bakhtin (2006), o sistema lingüístico é o produto de uma reflexão sobre a língua e o sujeito serve-se desta para expressar suas necessidades enunciativas.

Para o sujeito, o autor pontua que o que importa é a forma lingüística utilizada como um signo variável e flexível e não como um sinal estável e idêntico a si mesmo. Enquanto uma forma lingüística for apenas um sinal e for percebida pelo sujeito somente como tal, ela não terá para ele nenhum valor lingüístico. Esta só será compreendida pelo receptor no seu contexto: é no contexto de enunciações precisas que a forma lingüística se apresenta ao sujeito, o que implica sempre um contexto ideológico preciso.

Para Bakhtin (2006), as palavras estão sempre carregadas de um conteúdo ou de um sentido ideológico. Essa é uma maneira de entender a importância da *enunciação* nos estudos do autor, pois não se pode pensar a linguagem fora de seu contexto ideológico. O sistema lingüístico, tal como é constituído, é inseparável de seu conteúdo ideológico: as palavras possuem um significado e remetem a algo fora de si mesmas. Tudo que é ideológico é um signo. Sem signos, para o autor, não existe ideologia. O signo, então, é criado por uma função ideológica precisa e permanece inseparável dela. Todo signo nada mais é do que a materialização dos fenômenos ideológicos nas formas de comunicação social.

Como dissemos, conforme Bakhtin (2006), a palavra é fenômeno ideológico por excelência: é o modo mais puro e sensível da relação social, funciona como elemento essencial que acompanha e “comenta todo ato ideológico” (p.38). Toda a realidade da palavra é absorvida por sua função de signo. Para o autor, esta está presente em todas as relações entre indivíduos: as palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações sociais. Estas refletem sutilmente as mais imperceptíveis alterações da existência social.

Miotello (2005) aponta bem esse aspecto da enunciação na filosofia bakhtiniana, ou seja, as relações entre o sentido da palavra e os valores ideológicos. Segundo o autor, o conceito de ideologia é fundamental no pensamento e nos trabalhos de Bakhtin e do seu Círculo.

Segundo Bakhtin (2006), todo objeto do mundo reflete e refrata uma realidade exterior. Todo objeto pode ser revestido de um sentido ideológico: “Tudo o que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Tudo o que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia. Ali onde o signo se encontra, encontra-se também a ideologia” (BAKHTIN, 2006, p.31/32).

Assim, um objeto qualquer, segundo esse postulado teórico, pode ser convertido em signo ideológico: é o caso, por exemplo, da camisa 10 da seleção brasileira vestida por Pelé durante a copa de 1958. A camisa 10 da seleção possui um sentido puramente ideológico. Esta foi usada por Pelé, considerado o rei do futebol.

Dessa forma, um objeto enquanto tal não pode ser explicado, este não possui um sentido preciso. Mas esse, quando inserido no universo material de signos, terá uma representação ideológica. Esse só existe na relação com o social (BAKHTIN, 2006, p. 35).

Miotello (2005) lembra que, para Bakhtin, existem dois tipos de ideologia: a ideologia oficial, que circula por todo um sistema ideológico específico (na religião, nos discursos políticos, nas relações pedagógicas), que se manifesta na superestrutura e é entendida como uma estrutura dominante e relativamente estável; a ideologia do cotidiano, considerada como um acontecimento instável na infra-estrutura (esta se constitui verbalmente no espaço onde prevalecem as contradições, os encontros casuais, a pluralidade de idéias e de concepção de mundo).

Miotello (2005) também destaca que o campo privilegiado de comunicação contínua se dá na interação verbal, é assim que se pode dizer que o sentido da palavra é totalmente determinado pelas relações dos sujeitos em um contexto ideológico preciso, ela assume a plenitude do seu sentido apenas nesse contexto, isto é, apenas no enunciado inteiro, que pressupõe necessariamente o eu em interação com o outro.

Devemos ainda destacar, a respeito da relação entre sentido do enunciado e contexto de enunciação, os conceitos de *tema* e *significação* propostos pelo autor (BAKHTIN, 2006).

Para o autor, o problema do sentido é um dos mais complexos da lingüística. A significação, segundo Bakhtin (2006), é única, de natureza abstrata e tende à permanência e à estabilidade. É uma propriedade que pertence a cada enunciação como um todo, um aparato técnico para a realização do tema.

Já o tema, para o autor, é indissociável da enunciação. O sentido de uma enunciação está no tema, somente a enunciação tomada em toda a sua amplitude concreta possui um tema. Este é um sistema de signos dinâmico e complexo, fluido, individual e não reiterável que se adapta a uma situação histórica concreta.

(...) o tema constitui o estágio superior real da capacidade lingüística de significar. De fato, apenas o tema significa de maneira determinada. A significação não quer dizer nada em si mesma, ela é apenas um potencial, uma possibilidade de significar no interior de um tema concreto (BAKHTIN, 2006, p.136).

Como a palavra, para o pensador russo (2006), não é uma unidade neutra, está carregada de história, toda palavra usada na fala real é acompanhada de uma orientação apreciativa. Sem tema não há significação e vice-versa, e “Sem acento apreciativo, não há palavra” (BAKHTIN, 2006, p.137).

Um outro aspecto que é relevante destacar nos estudos do Círculo acerca da *enunciação* é o caráter interativo da linguagem. Toda palavra comporta duas faces. Ela é determinada tanto pelo fato de proceder de alguém, como pelo fato de que se dirige a alguém. Ela constitui justamente o produto da interação entre o eu e o outro. É nesse sentido que se pode dizer que um dos pilares dos estudos de Bakhtin é a alteridade.

Como a palavra, a oração é uma unidade significativa da língua, cada oração isolada, por exemplo: “O menino caiu”, é absolutamente compreensível, isto é, nós compreendemos o seu significado lingüístico, o seu papel no enunciado. Entretanto, não é possível obter uma posição responsiva em relação a uma oração isolada, já que esta não é antecedida nem sucedida por outras. Sendo colocada em um contexto específico, ela já não é uma oração e sim um *enunciado* plenamente válido, de acordo com Bakhtin (2003). Ele está emoldurado e delimitado pela alternância dos sujeitos do discurso e reflete imediatamente o contexto, suscitando uma compreensão responsiva de outro falante.

A oração enquanto unidade da língua é desprovida da capacidade de determinar imediata e ativamente a posição responsiva do falante. Só depois de tornar-se um enunciado pleno, uma oração particular adquire esta capacidade. Qualquer oração pode figurar como enunciado acabado, mas, neste caso, é completada por uma série de elementos muito substanciais de índole não gramatical, que lhe modificam a natureza pela raiz. E é essa circunstância que serve de causa a uma aberração sintática especial: ao analisar-se uma oração isolada, destacada do contexto, inventa-se promovê-la a um enunciado pleno. Conseqüentemente, ela atinge o grau de conclusibilidade que lhe permite suscitar resposta (BAKHTIN, 2003, p.287).

Ao compreender o significado do enunciado, o ouvinte ocupa simultaneamente em relação a ele uma ativa posição responsiva: de acordo ou desacordo, de entendimento ou de desentendimento. Segundo o autor, toda compreensão de um enunciado é prenhe de resposta ativa. É prenhe de *contrapalavras*.

Para Bakhtin (2003), cada enunciado é um elo a outros enunciados na cadeia da comunicação discursiva.

Todo enunciado – da réplica sucinta (monovocal) do diálogo cotidiano ao grande romance ou tratado científico – tem, por assim dizer, um princípio absoluto e um fim absoluto: antes do seu início, os enunciados de outros; depois de seu término, os enunciados responsivos de outros (ou ao menos uma compreensão ativamente responsiva silenciosa do outro ou, por último, uma ação responsiva baseada nessa

compreensão). O falante termina o seu enunciado para passar a palavra ao outro ou dar lugar à sua compreensão ativamente responsiva. O enunciado não é uma unidade convencional, mas uma unidade real, precisamente delimitada da alternância dos sujeitos do discurso, a qual termina com a transmissão da palavra ao outro, por mais silencioso que seja o “dixi” percebido pelos ouvintes [como sinal] de que o falante terminou (BAKHTIN, 2003, p.275).

Essa interação entre os sujeitos do discurso é clara no diálogo real, em que o enunciado de um sujeito apresenta-se de maneira “acabada” permitindo/ provocando, como resposta, o enunciado do outro; a réplica, no entanto, é apenas uma resposta que suscita, por sinal, uma outra compreensão responsiva.

Toda compreensão é uma forma de diálogo; ela está para a enunciação assim como uma réplica está para a outra no diálogo. Compreender é opor à enunciação do outro uma resposta ativa. “Todo ato de compreensão é uma resposta, na medida em que ele introduz o objeto da compreensão num novo contexto – o contexto potencial de resposta” (BAKHTIN, 2006, p.97).

O enunciado se forma e se desenvolve sob uma interação constante e contínua com os enunciados dos outros. “Cada enunciado é um elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados” (BAKHTIN, 2003, p.272) e deve ser visto antes de tudo como uma resposta a outros de uma dada esfera da comunicação. Assim, é preciso reafirmar que a enunciação, nessa relação de alteridade, é de natureza social, histórica e que, por isso, mesmo na forma imobilizadora da escrita, o enunciado é uma resposta a enunciados que o precedem, trava uma polêmica com eles e conta com as reações ativas da compreensão. Dessa maneira, pode-se dizer que a enunciação é sempre dialógica.

Em estudo sobre os gêneros do discurso (BAKHTIN, 2003), o autor define enunciado como a unidade de comunicação: trata-se de uma unidade de significação em um contexto específico. É determinado pela alternância dos sujeitos do discurso (estes não são indiferentes entre si, uns se reconhecem nos outros e se refletem uns nos outros). É atravessado pelas vozes sociais: em cada evolução histórica da existência humana, em cada grupo social, em cada geração, em cada roda de amigos, em cada ambiente familiar, em que o sujeito vive e cresce, sempre existem diversos enunciados, nos quais os sujeitos se baseiam, os quais eles citam, imitam e seguem, com os quais eles polemizam. Todos os enunciados são plenos de enunciados de outros enunciados. Esses outros enunciados trazem consigo valores que são assimilados, reelaborados, ou seja, atualizados no momento da enunciação. É preciso ainda destacar que cada enunciado é único e constituído a partir de inúmeras atitudes responsivas a outros enunciados de uma dada cadeia discursiva. A enunciação é não reiterável e, por isso,

dialeticamente, é individual e coletiva. Cada enunciação proferida tem um sentido diferente toda vez que é pronunciada.

Em relação a esse caráter interativo do enunciado e da enunciação, ainda é necessário destacar que, em *Marxismo e Filosofia da Linguagem*, Bakhtin conceitua enunciação como produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados e, mesmo que não haja um interlocutor real, este pode ser substituído pelo representante médio do grupo social ao qual pertence o locutor.

A palavra dirige-se a um interlocutor: ela é função da pessoa desse interlocutor: variará se tratar de uma pessoa do mesmo grupo social ou não, se esta for inferior ou superior na hierarquia social, se estiver ligada ao locutor por laços sociais mais ou menos estreitos (pai, mãe, marido, etc.) (BAKHTIN, 2006, p.116).

A situação social, o meio social a partir do qual o sujeito enuncia determinam completamente a estrutura do enunciado; a enunciação, em sua totalidade, é socialmente dirigida.

Assim, de acordo com os postulados teóricos de Bakhtin, o conceito de enunciação está diretamente ligado ao enunciado e à interação em que ele se dá. Para Brait e Melo (2005, p.68), “O enunciado concreto (e não a abstração lingüística) nasce, vive e morre no processo da interação social entre os participantes da enunciação. Sua forma e significado são determinados basicamente pela forma e caráter desta interação”.

Assim, a situação extraverbal está longe de ser meramente a causa externa de um enunciado – ela não age sobre o enunciado de fora, como se fosse uma força mecânica. Melhor dizendo, a situação se integra ao enunciado como uma parte constitutiva essencial da estrutura de sua significação. Consequentemente, um enunciado concreto como um todo significativo compreende duas partes: (1) a parte percebida ou realizada em palavras e (2) a parte presumida. [...] A característica distintiva dos enunciados concretos consiste precisamente no fato de que eles estabelecem uma miríade de conexões com o contexto extraverbal da vida, e, uma vez separados deste contexto, perdem quase toda a sua significação – uma pessoa ignorante do contexto pragmático imediato não compreenderá estes enunciados (BRAIT e MELO, 2005, p.67).

Para as autoras citadas, a concepção de enunciado concreto implica muito mais do que aquilo que está incluído dentro dos fatores estritamente lingüísticos, este solicita um olhar para outros elementos que o constituem. Neste sentido, o enunciado e as particularidades da enunciação só são compreendidos e consequentemente analisados no processo interativo entre uma situação verbal e não-verbal que integram um contexto histórico maior (BRAIT e MELO, 2005, p.67).

De acordo com a teoria bakhtiniana, uma das peculiaridades constitutiva do enunciado diz respeito à alternância dos sujeitos do discurso, que emoldura o enunciado e cria para ele a “massa firme”, rigorosamente delimitada dos outros enunciados a ele vinculados. Como a palavra, o enunciado também tem a característica de sempre dirigir-se a alguém, de estar voltado para o destinatário. Nesse sentido, o enunciado tem autor e necessariamente destinatário.

O destinatário, segundo Brait e Melo (2005), tem várias faces, vários perfis, várias dimensões. Pode ser o parceiro e interlocutor direto do diálogo na vida cotidiana, pode ser uma coletividade diferenciada de especialistas de algum campo especial da comunicação cultural, pode ser um público mais ou menos diferenciado, uma sociedade, os contemporâneos, os adversários e inimigos, o subordinado, o chefe, um inferior, um superior, uma pessoa íntima, um estranho, um colega de profissão, ele pode também ser um outro totalmente indefinido, não concretizado. Pode, ainda, ser um destinatário presumido (BRAIT e MELO, 2005). Não necessariamente presumido pelo autor, embora isso também possa acontecer, mas que se instala a partir da circulação do enunciado. O destinatário do enunciado pode, por assim dizer, coincidir pessoalmente com aquele (ou aqueles) a quem responde o enunciado.

Em *Estética da Criação Verbal*, Bakhtin propõe a existência de um supradestinatário (o terceiro), cuja compreensão responsiva absolutamente justa o autor pressupõe quer na distância metafísica, quer no distante tempo histórico.

Em diferentes épocas e sob diferentes concepções de mundo, esse supradestinatário e sua compreensão responsiva idealmente verdadeira ganham diferentes expressões ideológicas concretas (Deus, a verdade absoluta, o julgamento da consciência humana imparcial, o povo, o julgamento da história, etc) (BAKHTIN, 2003, p.333).

Esse supradestinatário, em Bakhtin (2003), seria aquele considerado pelo falante como o destinatário ideal. Todo enunciado exige um destinatário, uma segunda pessoa, pois o sujeito sempre fala dirigindo-se a alguém, mesmo que ao falar esteja sozinho. Entretanto, todo enunciado requer uma terceira pessoa, um “personagem ideal” que compreende exatamente o que o falante quis dizer, que responde como se é esperado, que sente da forma como o falante espera que ele sinta. É uma espécie de resposta perfeita que modela as nossas palavras, em última instância, não falamos apenas com nosso(s) interlocutor(es) ou destinatário(s), mas também nos dirigimos a uma terceira pessoa invisível, e essa terceira pessoa é uma parte

importante e constituinte de nossos enunciados. O supradestinatário não é ninguém que possamos considerar em particular, mas tão real quanto o destinatário imediato.

De acordo com Bakhtin (2003), através das palavras criamos nossa própria existência. Falamos para ser, e falamos para os outros, para o destinatário (interlocutor) e também para a terceira pessoa invisível, o companheiro perfeito. Falamos porque esse companheiro existe e nos oculta, e nos ouve sempre.

Segundo Brait e Melo (2005), o outro a quem o enunciado é destinado, a influência do destinatário sobre o enunciado são aspectos que estão marcados no enunciado e indicam uma posição discursiva, um lugar histórico que circula entre discursos e faz circular discursos (BRAIT e MELO, 2005, p.72).

No artigo citado, as autoras, através da definição bakhtiniana de enunciado concreto e com o auxílio de outros conceitos e categorias, analisam um texto publicitário veiculado nacionalmente na revista *Veja*. Decidimos apontar alguns aspectos dessa análise realizada pelas autoras, pois aproveitamos esses procedimentos na análise que fazemos de nosso *corpus* no capítulo três desta dissertação.

O primeiro aspecto que gostaríamos de destacar é que as autoras consideram o anúncio da *Veja* um enunciado – faremos o mesmo nesta pesquisa, tomando cada peça publicitária como um enunciado que se desdobra em outros enunciados. As autoras, partindo do princípio de que o enunciado em questão é verbo-visual e, portanto, imagens (somando cores, figuras, lugar que ocupam no espaço enunciativo etc.) e seqüências verbais estão inteiramente articuladas, interatuantes, analisam essa inter-relação das diferentes linguagens, relacionando-a a um projeto de dizer.

O anúncio como um todo mostra a imagem do Cristo Redentor inaugurado em 1931, localizado no Rio de Janeiro e considerado um dos principais pontos turísticos do país.

Essa imagem está poeticamente destacada num fundo azul de um céu de entardecer, em posição praticamente transversal em relação à página, sugerindo que a foto foi tirada de baixo para cima, o que inclui sua base e parte da escadaria que permitem chegar até o alto do monumento. Junto a essa imagem, que ocupa a maior parte do espaço, há uma série de outras informações, dispostas de forma a articular o Cristo Redentor às razões de sua focalização.

Começando de cima para baixo, destacam-se duas seqüências verbais em itálico, como se fossem versos, formados dentro da mesma métrica (redondilha maior) e jogando com termos semanticamente aparentados: *Abençoado por Deus. Iluminado por nós*. Essas seqüências estão situadas, uma logo abaixo da outra, sob o braço esquerdo do Cristo, bem à altura em que a luz mais incidiu sobre a imagem. Elas funcionam, para os que olham e lêem o texto, como legendas que apontam tanto para o monumento que paira sobre a cidade do Rio de Janeiro, sua beleza, sua “divindade”, como para a luz que nele se destaca e que traz uma assinatura, uma responsabilidade, a partir de um nós (BRAIT e MELO, 2005, p.74).

Como as autoras procedem no excerto acima, também consideramos, nas peças publicitárias que analisamos, o verbal em sua relação com o não-verbal. Tratando-se de enunciados que têm um acabamento, também investigamos neles um projeto de dizer do autor na interação com o outro-destinatário.

O anúncio publicitário analisado por Brait e Melo (2005) não ganha sentido pleno em sua autonomia; esse enunciado concreto demonstra um diálogo direto com o momento histórico em que se situa, e nesse diálogo é que ganha sentido pleno. Também pretendemos desenvolver a análise interpretando as peças em um diálogo constante com seu contexto social e histórico.

Nessa relação entre enunciado e interação social, é importante ainda ressaltar a questão da subjetividade, que ajuda a sustentar a filosofia da linguagem desenvolvida pelo Círculo. Para o Círculo, o sujeito está em constante contato com o outro. O eu e o outro dialogam e se constituem a todo momento. A relação dialógica é essencial na constituição dos sujeitos. Além disso, é preciso considerar que o sujeito, para o Círculo, é um agente, é responsável por seus atos e responsivo aos atos de linguagem do outro, é alguém dotado de um excedente de visão com relação ao outro. O sujeito sabe do outro o que este não sabe de si mesmo, ao mesmo tempo em que depende do outro para saber o que ele mesmo não pode saber de si (SOBRAL, 2005, p.24).

Geraldi (2003) transpõe o conceito de excedente de visão, usado por Bakhtin para pensar as vozes no romance, para o mundo da vida:

Da vida não há um autor e se estou vivendo, tenho um por-vir e portanto sou inacabado. O todo acabado de sua vida o “eu” não o domina. Por isso o mundo da vida é um mundo ético, embora a vida possa ser vivida esteticamente (GERALDI, 2003, p.43).

Para o autor, na vida real dos acontecimentos, campo próprio do ato ético, os sujeitos encontram-se inacabados; este define o presente como conseqüência de um passado que construiu o pré-dado e pela memória do futuro com que se definem as escolhas no horizonte das possibilidades. O acabamento para o indivíduo atende a uma necessidade estética de totalidade que só é encontrada no outro, como criação e não como solução. “A vida, concebida como acontecimento ético aberto, não comporta acabamento e, portanto, solução” (GERALDI, 2003, p.47).

Tudo que pode nos assegurar um acabamento na consciência de outrem, logo presumido na nossa autoconsciência, perde a faculdade de efetuar nosso acabamento e apenas amplia em nossa consciência a orientação que lhe é própria; ainda que conseguíssemos apreender o que ele adquire no outro, esse todo não poderia impor-se a nós e assegurar nosso próprio acabamento, nossa consciência o registraria e o superaria, assimilando-o a uma modalidade de sua unidade que, no essencial, é pré-dada e por-vir; a última palavra pertencerá sempre à nossa consciência e não à consciência do outro; quanto à nossa consciência, ela nunca dará a si mesma a ordem de seu próprio acabamento (BAKHTIN *apud* GERALDI, 2003, p.48).

Segundo Geraldi (2003), a depredação e recusa na relação com a alteridade ocasionaram desigualdades nas sociedades contemporâneas, e muitas daquelas que denominamos “diferenças sociais” são frutos destas desigualdades: “Diferença não é sinônimo de desigualdade. Com diferenças muitas vezes escondemos desigualdades. Diferenças só são percebidas nas familiaridades compartilhadas; desigualdades são recusas de partilha” (GERALDI, 2003, p.50).

O autor chama atenção para o fato de que o sujeito contemporâneo está vivendo o presente em uma sociedade mundialmente globalizada assentada nas mudanças tecnológicas e no mercado da cultura de massa construída pelos processos midiáticos. Destaca, com Birulés (GERALDI, 2003, p. 50), que o encurtamento de distâncias promovido pela globalização converteu-nos em seres desenraizados, sem territórios de familiaridade, uma multidão de fragmentos atomizados.

Essa reflexão contemporânea sobre o homem na sociedade globalizada do final do século XX e início do XXI tem sido espaço de discussão tanto no campo da história cultural, da sociologia e da psicologia, quanto no campo da análise do discurso, que é o espaço de atuação de Geraldi. Essa discussão é relevante em nossa pesquisa porque o *corpus* dialoga com esses valores sociais em questão nesse momento histórico, especialmente no que diz respeito à relação do brasileiro com um produto tecnológico: os aparelhos celulares. Esses diferentes enfoques, realizados por outros campos de conhecimento, serão apresentados com maior desenvolvimento no capítulo seguinte desta dissertação.

De acordo com Geraldi (2003, p. 41), o sujeito contemporâneo está vivendo o presente preso à racionalidade do mercado assentado no movimento de capitais virtuais e de seus lucros, deixando de enxergar quaisquer caminhos alternativos de uma nova ordem. O indivíduo viu desaparecer outros saberes, “apequenou-se no grande feito de desqualificar o diferente e moldá-lo à imagem real e concreta do homem branco, ocidental e europeizado”. Pode-se dizer, segundo Geraldi (2003), que o sujeito do século XXI, apesar dessa tentativa de

uniformização, parece lutar contra ela; vemos nesse final de século um conjunto de conflitos dos mais diferentes níveis:

(...) desde as entusiastas e pacíficas manifestações do Fórum Social de Porto Alegre, passando pelos movimentos contrários ao “fast life” contemporâneo, pelas formas de luta do movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra do Brasil, chegando à resistência dos zapatistas no México ou mesmo aos desesperos dos gestos suicidas de palestinos (...) (GERALDI, 2003, p.41).

Assim, emergem diferenças insubmissas. Mas, do ponto de vista bakhtiniano, no mundo da vida o indivíduo a todo momento, a todo acontecimento, se situa no presente vivido construído pela herança cultural, *modificada e recriada por um novo contexto social*, e pela memória do futuro, esta também espaço de desestabilização do dado, do já-constituído, desestabilização da tentativa de construir o mundo sob a ótica do um, esquecendo a diferença, o outro. Os indivíduos são movidos pelas utopias, pelos sonhos, pois, “nada é mais pobre que uma verdade sem sentimento de verdade” (MORIN, *apud* GERALDI, 2003, p.51).

Para Geraldi (2003), a própria temporalidade contemporânea e o momento específico implicam a instabilidade dos sujeitos que compreendem a vida assumindo a irreversibilidade de seus processos. Nesse sentido, a compreensão responsiva do sujeito é fator de instabilidade do construído pela história e do próprio sujeito. Essa instabilidade se dá não somente devido ao momento histórico, mas principalmente porque a alteridade é constitutiva desse sujeito. Para o autor,

(...) o pensamento bakhtiniano alicerça-se em dois pilares: a alteridade, pressupondo-se o Outro como existente e reconhecido pelo “eu” como Outro que não-eu e a dialogia, pela qual se qualifica a relação essencial entre o eu e o Outro. (GERALDI, 2003, p. 42)

O eu e o outro, para Bakhtin (2003), são categorias axiológicas basilares, viver significa ocupar uma posição axiológica em cada momento da vida, significa firmar-se axiologicamente. O eu e o outro para Bakhtin estão universalmente ligados, sendo, cada um, um universo de valores. O outro constrói o eu com suas diferenças e o eu o constrói com os seus próprios valores. A relação do eu com o outro é sempre atravessada de valores (FARACO, 2003, p.22/49).

Faraco (2003) assinala que, nessa perspectiva teórica, o “eu” precisa ser visto pela consciência axiológica do outro para se constituir, o eu para mim mesmo se constrói a partir do olhar do(s) outro(s). Ao nos olharmos no espelho, vemos uma face irreal da vida: quando

me olho no espelho, em meus olhos olham os olhos dos outros, vejo a mim mesmo com os olhos do mundo, estou possuído pelo outro.

Segundo Bakhtin (2003, p. 351), “cada homem é um eu para si, mas no acontecimento concreto e singular da vida, o eu para si é apenas um eu único, porque todos os demais são outros para mim.” Para compreender o eu e o outro, não são os tipos de pessoas e destinos que são importantes, mas os tipos de visão de mundo. “E ele não toma a visão de mundo como uma unidade abstrata e uma sucessão de sistemas de pensamentos e teses mas como a última posição do mundo em face dos valores supremos” (BAKHTIN, 2003, p.351/352).

É no diálogo entre as visões de mundo personificadas que, segundo Bakhtin (2003) em análise das vozes sociais no romance de Dostoiévski, este autor, em seus manuscritos iniciais, cria seus personagens dando a eles nomes reais e depois, na medida em que vai desenvolvendo o enredo e os destinos do personagem, ele substitui os nomes reais por fictícios.

Com o início do plano surgem as visões de mundo, e já depois o enredo e os destinos das personagens no enredo (elas têm diante de si os “momentos” em que as posições se revelam com mais nitidez). Dostoiévski não começa pela idéia mas pelas idéias – personagens do diálogo. Ele procura uma voz integral, enquanto o destino e o acontecimento (do enredo) se tornam meio de expressão das vozes (BAKHTIN, 2003. p.352).

O autor, para Bakhtin (2003), é um mero participante do diálogo com o seu personagem, ele passa a ser uma correia de transmissão entre o diálogo ideal da representação do personagem e o diálogo real da realidade. O autor guia o personagem e o orienta no mundo essencialmente acabado. Este não sobrevive do seu próprio acabamento e do acabamento do acontecimento, é o autor o agente da unidade ativa do todo acabado, do todo do personagem e da obra (BAKHTIN, 2003, p.10/354). “A relação entre o autor e o personagem deve ser compreendida nas peculiaridades individuais de que se revestem nesse ou naquele autor, nessa ou naquela obra. O autor acentua cada particularidade de seu personagem, cada traço seu, cada acontecimento e cada ato de sua vida” (BAKHTIN, 2003, p. 3).

Segundo o pensador russo, a resposta do autor às manifestações isoladas do personagem na obra de arte se baseia numa resposta única ao todo do personagem.

É especificamente estética essa resposta ao todo da pessoa-personagem, e essa resposta reúne todas as definições e avaliações ético-cognitivas e lhes dá acabamento em um todo concreto-conceitual singular e único e também semântico. Essa resposta total à personagem tem um caráter criador, produtivo e de princípio (BAKHTIN, 2003, p. 4).

De acordo com Bakhtin (2003), “(...) o autor não encontra de imediato para o personagem uma visão não aleatória, sua resposta não se torna imediatamente produtiva e de princípio”. O personagem exhibe máscaras aleatórias, gestos falsos e atos inesperados “(...) em função das respostas volitivo-emocionais e dos caprichos de alma do autor” – cabe ao personagem inteirar-se amplamente da sua verdadeira diretriz axiológica, até que sua feição seja constituída definitivamente. “A luta do artista por uma imagem definida do personagem é, em um grau considerável, uma luta dele consigo mesmo”.

Nesse sentido quando estava criando, o autor vivenciou a sua personagem e lhe introduziu na imagem toda a sua atitude essencialmente criadora em face dele; já quando em sua confissão de autor, fala de suas personagens, colocando-se frente a elas, as personagens já foram criadas e definidas, enuncia a impressão que ele sustenta em relação a elas enquanto pessoas vivas e definidas do ponto de vista social, moral, etc.; elas já se tornaram independentes dele, e ele mesmo, seu criador ativo, também se tornou independente de si mesmo (BAKHTIN, 2003, p. 5/6).

Bakhtin (2003) em seus estudos distingue o autor pessoa do autor criador. Para ele se levarmos em conta as declarações do autor pessoa sobre seus personagens veremos com absoluta evidência as incertas declarações do autor no processo de criação do personagem. “Esse material tem um imenso valor biográfico e pode adquirir valor estético, mas só depois de iluminado pelo sentido artístico da obra.”

O autor criador nos ajuda a compreender melhor o autor pessoa, e já depois suas declarações sobre a sua obra ganham significado elucidativo e complementar. As personagens criadas se desligam do processo que as criou e começam a levar uma vida autônoma no mundo, e de igual maneira o mesmo se dá com o seu real criador- autor (BAKHTIN, 2003, p.06).

Segundo Bakhtin (2003), é nesse sentido que é possível ressaltar o caráter produtivo de criação do autor em relação ao personagem, “(...) o autor não é o agente da vivência espiritual, e sua reação não é um sentimento passivo nem uma percepção receptiva; ele é a única energia ativa e formadora”, concedida no produto cultural de significação estável.

Nesta pesquisa, utilizamos, nas análises, o conceito de autor criador bakhtiniano: ele é que produz o acabamento estético das peças que analisamos e coloca em cena as vozes sociais. É importante considerar que este autor não se confunde com o indivíduo que produz efetivamente as peças, no caso, o publicitário.

1.2 Dialogismo e Heterogeneidade Discursiva

Consideramos como referência teórica para tratar da questão do dialogismo não só as reflexões de Bakhtin, mas também as de Authier-Revuz (1990), que propõe analisar os processos enunciativos considerando sua heterogeneidade.

Partindo da concepção adotada pelo Círculo de Bakhtin de que a própria linguagem é heterogênea na sua constituição e de que todo discurso se constrói em relação com o outro (no caso da autora, trata-se do Outro, o inconsciente, tal como o concebe Lacan), Jacqueline Authier-Revuz (1990) desenvolve reflexões no interior da AD francesa, abandonando não só a idéia de um discurso homogêneo como também o conceito de uma unidade do sujeito. A autora, dessa forma, partindo do pressuposto teórico bakhtiniano, apresenta o princípio da heterogeneidade enunciativa. Propõe duas formas de heterogeneidade enunciativa: a heterogeneidade constitutiva, não localizável no fio discursivo, mas que se pode definir formulando hipóteses através do interdiscurso¹, e a heterogeneidade mostrada.

A heterogeneidade constitutiva estudada pela autora remete diretamente aos estudos bakhtinianos, trata-se da presença do outro diluída no discurso, visto que a alteridade não é revelada. É constitutiva, pois não há discurso que não seja constituído por ela, que não seja perpassado por inúmeros outros discursos já-ditos.

O que Bakhtin designa por saturação da linguagem constitui uma teoria da produção do sentido e do discurso: coloca os outros discursos não como ambiente que permite extrair halos conotativos a partir de um nó de sentido, mas como um “centro” **exterior constitutivo**, aquele **já dito**, com o que se tece, inevitavelmente, a trama mesma no discurso (AUTHIER-REVUZ, 1990, p.27).

A autora, como a citação esclarece, pensa a heterogeneidade dos sujeitos e de seu discurso considerando um “exterior constitutivo” composto pelo já-dito. No entanto, como colocamos no item anterior, os estudos de Bakhtin prevêm um diálogo não somente com os discursos já realizados e que compõem uma memória que constitui a consciência do sujeito e do enunciado (a memória do passado), mas também um diálogo com o porvir. Apesar dessa diferença, como a autora desenvolve sua teoria sobre a enunciação a partir da proposta bakhtiniana, consideramos adequado aproveitar suas conclusões sobre a heterogeneidade enunciativa em nossa pesquisa.

¹ Interdiscurso: “todo discurso é atravessado pela interdiscursividade, tem a propriedade de estar em relação multiforme com outros discursos, de entrar no interdiscurso. O interdiscurso é também um conjunto de discursos (de um mesmo campo discursivo ou de campos distintos) que mantém relações recíprocas uns com os outros” (CHARAUDEAU e MAINGUENEAU, 2006, p.286).

Authier-Revuz (1990) define também outra forma de heterogeneidade enunciativa: a heterogeneidade mostrada. Ela pode trazer marcas da presença do outro na cadeia discursiva, sendo manifestada ao longo do discurso e podendo ser recuperada de maneira explícita. A autora francesa distingue, no conjunto das formas de heterogeneidade mostrada, as formas marcadas e não-marcadas. Quando marcada, é da ordem da enunciação, visível na materialidade lingüística, como por exemplo: discurso direto, discurso indireto, aspas, itálico, glosa. Authier-Revuz (1990, p. 33/39) defende que essas formas marcadas da heterogeneidade “representam uma negociação com as forças centrífugas, de desagregação da heterogeneidade constitutiva” –; são, segundo a autora, para o sujeito “uma estratégia de proteção para si próprio e para seu discurso face à ameaça incontornável da heterogeneidade constitutiva”.

Quando não-marcada, a heterogeneidade, para a lingüista, fica sem visibilidade, em que o outro é dado a conhecer sem uma marca unívoca, os exemplos são: discurso indireto livre, a ironia, o slogan e a imitação.

Fiorin (2006), em livro que comenta a obra bakhtiniana, define nela três tipos de dialogismo. O primeiro diz respeito ao modo de funcionamento real da linguagem, é o princípio constitutivo do enunciado. Trata-se da heterogeneidade constitutiva proposta por Authier-Revuz. Os enunciados, nessa perspectiva, só existem dentro das relações dialógicas, eles constituem-se em relação aos enunciados que o precedem e que os sucedem na cadeia de comunicação, dentro de um enunciado encontram-se ecos e lembranças de outros.

Não existe a primeira nem a última palavra, e não há limites para o contexto dialógico (este se estende ao passado sem limites e ao futuro sem limites). Nem os sentidos *do passado*, isto é, nascidos no diálogo dos séculos passados, podem jamais ser estáveis (concluídos, acabados de uma vez por todas): eles sempre irão mudar (renovando-se) no processo de desenvolvimento subsequente, futuro do diálogo. Em qualquer momento do desenvolvimento do diálogo existem massas imensas e ilimitadas de sentidos esquecidos, mas em determinados momentos do sucessivo desenvolvimento do diálogo, em seu curso, tais sentidos serão lembrados e reviverão em forma renovada (em novo contexto). Não existe nada absolutamente morto: cada sentido terá sua festa de renovação (BAKHTIN, 2003, p.410).

O diálogo comporta uma região privilegiada: todo diálogo mantém uma relação com uma série de formulações com as quais ele coexiste. Por isso, todo diálogo liga-se a uma memória e, assim, não há diálogo que, de uma forma ou de outra, não reatualize outros diálogos (GREGOLIN, 2004, p.29). Trata-se, portanto, da orla do tempo que cerca o presente, que o domina e que o indica em sua alteridade, é aquilo que fora dele o delimita.

É esse tipo de dialogismo que permite afirmar que um enunciado é sempre heterogêneo, pois ele mantém relações dialógicas de aceitação ou de recusa, de acordo ou de

desacordo, de distanciamento ou de aproximação, ele espera sempre uma compreensão ativa do outro e, ao mesmo tempo, apresenta uma compreensão responsiva do discurso que o constitui.

O segundo tipo de dialogismo em Bakhtin, na leitura feita por Fiorin (2006), é quando o discurso alheio pode ser abertamente citado e nitidamente separado do discurso citante, (sendo nesse caso denominado, pelo Círculo de Bakhtin, de discurso objetivado), ou quando o discurso é considerado bivocal, em que não há separação nítida entre o enunciado citante e citado – trata-se da heterogeneidade mostrada proposta por Authier-Revuz.

Listamos a seguir algumas formas de heterogeneidade mostrada marcada e não marcada.

São formas de heterogeneidade mostrada marcada, entre outros, o discurso direto, o indireto, as aspas e o itálico, a conotação autonímica.

O discurso direto caracteriza-se pela simulação da fala do outro. O locutor explicita as palavras do outro na cadeia discursiva, colocando-se como um porta-voz. “Seria mais exato ver nele uma espécie de teatralização de uma enunciação anterior e não uma similitude absoluta” (MAINGUENEAU, 1997, p.85). O discurso direto não faz um relato fiel das falas pronunciadas, mas apresenta uma aproximação dos termos ditos com efeito de maior objetividade.

Outra forma de heterogeneidade mostrada marcada é o discurso indireto, nele as falas relatadas são apresentadas sob a forma de uma oração subordinada substantiva objetiva direta, introduzida por um verbo *dicendi* (exemplo: “contara-nos que...”). Diferentemente do que acontece no discurso direto, é o sentido do verbo introdutor “contaram” que mostra haver um discurso relatado e não uma simples oração subordinada substantiva objetiva direta. No discurso indireto o locutor desempenha, mais claramente, a função de intérprete e tradutor do discurso do outro. Segundo Authier-Revuz (1998), no discurso indireto o enunciador relata outro ato de enunciação usando suas próprias palavras, ele reformula as palavras de outro enunciado, remetendo o sentido ao já dito pelo outro.

As aspas e o itálico se apresentam também como formas de heterogeneidade marcada: estes são dois recursos diacríticos muito freqüentes no discurso relatado, que exercem funções bastante parecidas, e embora tenham uso distinto, podem ser utilizados concomitantemente com a mesma função. As palavras aspeadas se acrescentam ao enunciado, ao passo que o itálico está incorporado no enunciado. O itálico é utilizado principalmente para palavras estrangeiras e para chamar atenção sobre determinadas unidades. Podem-se atribuir várias funções para o uso das aspas: aspas de diferenciação, aspas de condescendência, aspas

pedagógicas, aspas de proteção, aspas de ênfase, etc. O uso das aspas indica que os termos aspeados constituem um sinal a ser decifrado pelo interlocutor (MAINGUENEAU, 1997, p.90).

Entre as forma de heterogeneidade mostrada marcada está a conotação autonímica; a autora francesa Authier-Revuz considera tal estrutura como uma modalização reflexiva do dizer. Nas palavras da autora:

Essa modalização corresponde a um “modo dividido que opacifica o dizer, no qual o dizer (1) realiza-se ao falar das coisas com palavras, (2) representa-se enquanto se constitui, (3) apresenta-se, pela autonímia, em sua própria forma. Manifesta-se, pois, sempre que o enunciador comenta seu próprio dizer ao pronunciar-lo; o “comentário” testemunha um desdobramento da enunciação e pode, em sua forma mais reduzida, resumir-se à presença de aspas ou exprimir-se por enunciados metadiscursivos do tipo “se você me permite...”, “como diz X”, no sentido original”. Sendo um “fato de enunciação modalizado por uma auto-representação opacificante”. (AUTHIER-REVUZ, *apud* CHARAUDEAU E MAINGUENEAU, 2006, p.84).

A presença de glosas, ou seja, de metadiscursos, se explica porque o dito é frequentemente atravessável por um metadiscorso mais ou menos visível, que realiza um trabalho de ajustamento dos termos a um código de referência. Cada glosa se apresenta como a exibição de um debate com as palavras (CARDOSO,1999, p.76-77).

Entre as formas de heterogeneidade mostrada não-marcada estão o discurso indireto livre, a ironia, o *slogan*, imitação, polêmica, paródia, e estilização.

Segundo Maingueneau (1997) o discurso indireto livre é uma forma de heterogeneidade enunciativa reconstruída a partir de índices variados. Essa modalidade discursiva, fora do contexto, não é identificada, precisa estar ligada “à propriedade notável que possui de relatar alocações fazendo ouvir *duas vozes* diferentes inextricavelmente misturadas, para retomar os termos de Bakhtin ou, dois “enunciadores”, segundo palavras de Ducrot” (MAINGUENEAU, 1997, p. 96).

O discurso indireto livre se localiza precisamente nos deslocamentos, nas discordâncias entre a voz do enunciador que relata as alocações e a do indivíduo cujas alocações são relatadas. O enunciado *não pode ser atribuído nem a um nem ao outro*, e não é possível separar no enunciado as partes que dependem univocamente de um ou de outro (MAINGUENEAU, 1997, p. 97).

Outra forma de heterogeneidade mostrada não marcada é a ironia: ela, segundo este autor, “(...) *subverte a fronteira entre o que é assumido e o que não o é pelo locutor*”.

Enquanto a negação pura e simplesmente rejeita um enunciado, utilizando um operador explícito, a ironia possui a propriedade de poder rejeitar, sem passar por um operador desta natureza. (...) o “locutor” coloca em cena um “enunciador” que adota uma posição absurda e cuja alocação não pode assumir: esse distanciamento é marcado por diferentes índices: lingüísticos, gestuais, situacionais (MAINGUENEAU, 1997, p. 98).

Já o *slogan*, para Maingueneau (2005), está associado à sugestão de uso de uma determinada marca, acompanhada de um argumento persuasivo para a compra. Segundo o autor, o *slogan*, seja ele publicitário ou político, condensa o discurso em um determinado tema, visando mobilizar e conduzir o seu enunciatário a uma ação. Acerca do *slogan*, sua ligação com a citação de autoridade e o fato de estar ligado a práticas, afirma Maingueneau (1997, p. 101):

Se ele “consegue dar a seu destinatário a ilusão de ser seu destinador”, isto ocorre em função de que ele presume a ausência de um enunciador, tal como ocorre nas citações de autoridade, ausência esta que se volta para o lugar que pode e deve ser ocupado por qualquer enunciador (MAINGUENEAU, 1997, p. 101).

No capítulo 3, utilizamos essa reflexão para a análise do *slogan* da campanha da TIM selecionada como *corpus*: Viver sem fronteiras. Nossa hipótese é que esse *slogan* mobiliza discursos recorrentes (como o fazem os provérbios, outra manifestação da heterogeneidade mostrada não-marcada) em diversas esferas de atividade da vida social do homem contemporâneo, especificamente os discursos que defendem a globalização, dialogando em consonância com esses discursos.

A imitação, como forma de heterogeneidade não-marcada, ocupa segundo Maingueneau (1997), “(...) um lugar importante, representando uma de suas manifestações mais visíveis”, ela enquanto imitação de um gênero de discurso pode assumir valores opostos como: a captação e a subversão.

Realmente, quando um falante se apaga por trás do “locutor” de um gênero determinado de discurso, e mostra que o faz, poderá pretender beneficiar-se da autoridade ligada a este tipo de enunciação ou arruiná-la. No primeiro caso, quando há “captação”, a imitação incide sobre a estrutura explorada e, no segundo caso, quando há “subversão”, a desqualificação desta estrutura ocorre no próprio movimento de sua imitação. A subversão parece próxima da ironia, de forma paradoxal, anula o que enuncia no próprio ato de enunciar, a subversão mantém uma distância entre duas fontes de enunciação, que ela hierarquiza. Entretanto, da mesma forma que a ironia, a subversão pode não ser percebida como tal; neste caso, resta apenas uma única fonte enunciativa (MAINGUENEAU, 1997, p. 102).

Além disso, segundo o autor, a imitação pode construir enunciados que não remetem a nenhum texto autêntico, conhecido pelos destinatários, absorvendo, portanto, coerções do gênero ao qual o texto pertence.

Uma forma de imitação é a paródia: uma forma de imitação de um texto ou de um estilo que procura desqualificar o que está sendo imitado, ridicularizá-lo, negá-lo. No próprio processo imitativo, dá-se uma direção diversa ao sentido do que está sendo parodiado. Imita-se para acentuar diferenças.

Destacamos ainda a estilização: ela é a imitação de um texto ou estilo sem a intenção de negar o que está sendo imitado, de ridicularizá-lo, de desqualificá-lo. Diferentemente da paródia, na estilização as vozes são convergentes na direção do sentido.

Segundo Charaudeau e Maingueneau (2006), a polêmica tem por base divergências fundamentais entre posicionamentos de textos que se opõem sobre uma questão, um tema de debate, propondo disputas, discussões. A polêmica é, portanto, o afrontamento de duas ou mais vozes, cada uma delas defendendo uma idéia contrária à da outra. Nas palavras de Charaudeau e Maingueneau, o termo polêmico refere-se:

(...) aos casos em que o locutor implica o interlocutor em sua enunciação, utilizando argumentos que o colocam em questão, não apenas como pessoa, mas como sujeito que defende uma posição, apega-se a ela e é, portanto, responsável por aquilo que é contestado pelo locutor (CHARAUDEAU e MAINGUENEAU, 2006, p.380).

Sendo a heterogeneidade uma característica própria de qualquer enunciado, na perspectiva bakhtiniana, podemos dizer que não há possibilidade de existir um discurso homogêneo. Só é possível compreender o sentido de um enunciado na relação com outros enunciados que o antecederam e que o sucedem/sucedirão, é preciso captar os outros que o permeiam.

O terceiro conceito de dialogismo, na leitura que Fiorin (2006) faz de Bakhtin, pode ser resumido nos seguintes termos: o princípio geral do agir é que o sujeito age em relação aos outros – “Viver é agir e agir em relação ao que não é o eu, isto é, o outro. Eu e outro constituem dois universos de valores ativos, que são constitutivos de todos os nossos atos” (FIORIN, 2006, p.17). Esse terceiro conceito está relacionado ao caráter interativo da linguagem, já comentado neste capítulo, e que será muito produtivo em nossa análise, visto que consideramos as peças analisadas como enunciados que, em seu acabamento, dão a palavra ao outro, produzem-se na direção do outro-leitor/destinatário.

1.3 Cronotopo e produção de sentido

Segundo Fiorin (2006), Bakhtin cria o conceito de cronotopo, formado das palavras gregas *crónos* (= tempo) e *topos* (= espaço). Esse conceito foi concebido no âmbito do texto literário. O pensador russo considera tempo e espaço elementos indissolúveis e geradores de sentido de um texto, visto que os índices de tempo transparecem no espaço, e este se reveste de sentido sendo medido com o tempo.

As pessoas organizam o universo de sua experiência imediata com imagens do mundo criadas a partir da categoria de tempo e espaço, que são inseparáveis. Esses conceitos têm natureza histórica, pois diferentes povos têm formas distintas de conceber o tempo e o espaço (FIORIN, 2006, p.133).

Fiorin (2006), comentando o conceito criado por Bakhtin, destaca que, a cada época, o sujeito molda a realidade de acordo com um determinado cronotopo. O cronotopo é a figuração da realidade e mostra como o homem modelou o mundo e o representou de acordo com cada tempo. A concepção de tempo traz consigo uma concepção de sujeito, ou seja, a cada nova temporalidade, corresponde um novo sujeito.

Bakhtin (1993), em seus estudos, analisou apenas os grandes cronotopos tipologicamente estáveis, e decidimos citar alguns deles: cronotopo do encontro, cronotopo da estrada, cronotopo da soleira e, por último, cronotopo gótico ou negro, um novo território para a realização dos acontecimentos romanescos: “o castelo”.

Segundo o autor (BAKHTIN, 1993), cabe salientar que o princípio condutor do cronotopo do encontro é o tempo, ele é caracterizado pelo seu valor emocional. O cronotopo do encontro está ligado, de acordo com o pensador russo, ao cronotopo da estrada. E no cronotopo da estrada, a estrada é o lugar onde se escande e se mede o tempo da história. Nesse cronotopo (“da grande estrada”), é que ocorre o cruzamento espacial e temporal das mais diferentes pessoas. A estrada é o ponto de encontro, o lugar onde se realizam os acontecimentos. Nela, “(...) o tempo se derrama no espaço e flui por ele (formando os caminhos); daí a tão rica metaforização do caminho-estrada”: “o caminho da vida” (BAKHTIN, 1993, p.350).

A estrada é particularmente proveitosa para a representação de um acontecimento regido pelo acaso (mas nem só para isso). A partir daqui se compreende o papel temático da estrada na história do romance. Ela passa pelo romance de costumes e de viagens antigo, o Satiricon de Petrónio e o Asno de Ouro de Apuleio. Os heróis dos romances de cavalaria da Idade Média saem para a estrada, em torno da qual, frequentemente, todos os acontecimentos do romance se desenrolam ou estão concentrados (BAKHTIN, 1993, p.350).

De acordo com os estudos realizados por Bakhtin (1993), destacaremos também o cronotopo gótico ou negro, o “castelo”, este está repleto de tempo e de acontecimentos históricos.

No castelo, ocorre a fusão orgânica do ambiente dos aspectos-indícios espaciais e temporais, e a intensidade histórica desse cronotopo determina a sua produtividade representativa nas diferentes etapas da evolução do romance histórico. A historicidade do tempo do castelo lhe permitiu exercer um papel assaz importante no século passado, é verdade que as marcas do tempo assumem nele um certo caráter de museu, de antiquário (BAKHTIN, 1993, p.353).

Qualificaremos, segundo Bakhtin, um outro cronotopo: o da soleira, este está impregnado de forte valor emocional, ele se associa ao cronotopo do encontro. O cronotopo da soleira, embora mais completo que o do encontro, consagra-se pela crise e pelas mudanças na vida. No cronotopo da soleira, “(...) o tempo é um instante que parece não ter duração e sai do curso normal do tempo biográfico” (BAKHTIN, 1993, p.354).

Em Dostoiévski, esses momentos decisivos estão incluídos nos grandes cronotopos, que tudo englobam, do tempo dos mistérios e do carnaval. Esses tempos se avizinham de modo singular, se cruzam e se entrelaçam na criação de Dostoiévski, da mesma forma como eles fizeram por longos séculos nas praças públicas da Idade Média e do Renascimento (e substancialmente, mas de modo algo diferente, nas praças antigas da Grécia e de Roma). Em Dostoiévski, nas ruas e nas cenas públicas, no interior das casas (sobretudo nas salas de visita), a antiga praça dos carnavais e dos mistérios parece se reanimar e transluzir. Naturalmente, os cronotopos de Dostoiévski ainda não se esgotam com isso: eles são complexos e variados, tais quais as tradições que neles se renovam (BAKHTIN, 1993, p.354).

Todos os cronotopos aqui citados, segundo Bakhtin (1993), possuem um caráter sensivelmente concreto, neles os acontecimentos do enredo se concretizam, cria-se a possibilidade de construção das imagens dos acontecimentos. Em todos esses grandes cronotopos, existe uma quantidade ilimitada de pequenos cronotopos que se entrelaçam, coexistem, permutam, se opõem ou se encontram nas inter-relações. Para o autor, há textos mais cronotópicos do que outros e o caráter geral de todo cronotopo é dialógico (BAKHTIN, 1993, p.357).

Segundo os postulados teóricos bakhtinianos, todos os elementos de estruturação de um romance se determinam mutuamente, um determinado princípio de estruturação da personagem está vinculado a um determinado tipo de enredo, a uma concepção de mundo, a uma determinada composição do romance. O autor relaciona cada tipo de romance a um cronotopo dominante e a um princípio de construção da imagem da personagem principal;

propõe a seguinte classificação histórica: o romance de viagem, o romance de provas, o romance biográfico (autobiográfico), o romance de educação ou formação.

Apontamos algumas reflexões produzidas pelo autor sobre alguns desses tipos romanescos, de forma a apresentar sucintamente o arcabouço analítico desenvolvido por Bakhtin, em que são elementos estruturantes do objeto estético o cronotopo em sua relação com o herói.

No romance de viagem, de acordo com o pensador russo, o personagem se movimenta no espaço, não sendo o centro de atenção artística do romancista. “Seu movimento no espaço (...), leva o artista a desenvolver e mostrar a diversidade espacial e socioestática do mundo (países, cidades, culturas, nacionalidades), os diferentes grupos sociais e as condições específicas de sua vida” (BAKHTIN, 2003, p.206).

Para o autor, o romance de viagem tem como característica “uma concepção puramente espacial e estática da diversidade do mundo” (BAKHTIN, 2003, p.206). O mundo é uma contigüidade espacial de contrastes; a vida propõe diferentes situações contrastantes: alegrias-tristezas, vitórias-derrotas, etc.

De acordo com Bakhtin (2003), o tempo no romance de viagem carece de um sentido substancial, nele a idade do personagem, “o seu movimento entre a mocidade e a velhice passando pela maturidade, está ausente ou marcado apenas em termos formais”.

O romance de provação é constituído de uma série de provações dos personagens principais, “de provações de sua felicidade, de bravura, de coragem, de virtude, de nobreza e de santidade”. Trata-se da modalidade mais difundida de romance na literatura europeia (BAKHTIN, 2003, p.207).

Segundo o autor, os acontecimentos nesse romance são dados sempre como acabados e inalteráveis; as aventuras e as provações vivenciadas pela personagem ao longo de todo o romance são verificadas e experimentadas.

Esse romance surge a partir de duas modalidades romanescas fundamentais. A primeira é representada pelo romance grego e a segunda se destaca pelas hagiografias do início do cristianismo. No romance grego destaca-se a provação da fidelidade amorosa e da pureza dos heróis e heroínas ideais. “Quase todos os acontecimentos são organizados como atentado à virgindade, à pureza e à fidelidade mútua das personagens” (BAKHTIN, 2003, p.207).

A segunda modalidade de romance de provação está ligada à idéia de provação pelos sofrimentos ou seduções.

A vida interior da personagem, seu *habitus*, torna-se elemento substancial da sua imagem. O próprio caráter da provação aprofunda-se ideologicamente e ganha precisão, em particular onde se representa a provação da fé pelas dúvidas. Em linhas gerais, essa modalidade de romance de provação se caracteriza pela fusão da natureza aventureira com a problematidade e a psicologia. Entretanto, também nesse caso a provação é realizada do ponto de vista de um ideal pronto e dogmaticamente aceito. No próprio ideal não há movimento, não há processo de formação. De igual maneira, o herói da provação é acabado e predeterminado, as experimentações (sofrimentos, seduções, dúvidas) não se tornam para ele uma experiência formadora nem o modificam, e nessa imutabilidade da personagem está toda a questão (BAKHTIN, 2003, p.208/209).

Outra modalidade do romance de provação, segundo Bakhtin (2003), é o romance medieval de cavalaria. Esse tipo de romance sofreu influência de ambas as modalidades acima citadas.

Finalizando, temos a modalidade mais significativa e historicamente influente de romance de provação: o romance barroco. “Este soube tirar da idéia de provação todas as possibilidades de enredo nele contidas para a construção de romance de grande abrangência”.

Por isso o romance barroco é que melhor revela as possibilidades organizacionais da idéia de educação e ao mesmo tempo as limitações e estreitezas da sua penetração realista na realidade. O romance barroco é o tipo mais puro e coerente de *romance heróico*, que revela uma peculiaridade da heroificação romanesca em sua diferença em face da épica. O barroco não admite nada de mediano, normal, típico, habitual; tudo aí é levado às mais grandiosas proporções (BAKHTIN, 2003, p.209).

Assim, segundo o autor, todas as diferenças presentes nas modalidades históricas acima citadas do romance de provação “possuem um determinado conjunto e traços essenciais que definem o significado desse tipo na história do romance europeu”. Esses traços podem ser apontados acerca do enredo, do tempo e da representação de mundo. O enredo constrói-se sobre a idéia do desvio, da excepcionalidade em relação à biografia típica e normal da vida humana. O tempo é o da nomeação das aventuras, sendo determinado pela violação das categorias normais temporais. Exemplo: em uma noite, produz-se um trabalho de vários anos ou então, pelo contrário, os anos passam num instante.

Segundo Bakhtin (2003), esse tipo de romance está centrado no personagem principal: “o mundo em volta e os personagens secundários, na maioria dos casos, transformam-se em pano de fundo para o personagem central”.

No entanto, fixado em um herói imóvel como seu pano de fundo, o mundo exterior é desprovido de autonomia e historicidade. Em acréscimo, diferentemente do romance de viagens, o exotismo geográfico aqui predomina sobre o social; os costumes, que ocupavam um grande espaço no romance de viagens, aqui quase desaparecem inteiramente (e carecem de exotismo). Entre o herói e o mundo não

existe interação autêntica; o mundo não é capaz de mudar o herói, ele apenas o experimenta, e o herói não influencia o mundo, não lhe muda a face; ao passar pela provação, ao afastar os seus inimigos, etc., o herói deixa no mundo tudo nos seus lugares, não modifica a face social do mundo, não o reconstrói, e aliás nem tem essa pretensão (BAKHTIN, 2003, p. 212).

Já o romance biográfico, de acordo com Bakhtin (2003), tem suas bases nas biografias antigas, autobiografias e confissões do período inicial do cristianismo. “Esse romance nunca existiu em forma pura. Existiu um princípio de enformação biográfica (autobiográfico) da personagem do romance e da perspectiva enformação de alguns outros elementos romanescos” (BAKHTIN, 2003, p.213).

Alguns aspectos podem ser destacados em relação a esse tipo romanesco: o enredo não se baseia em desvios em relação ao curso normal e típico da vida; o herói carece de um devir (a imagem do personagem no romance biográfico “carece de uma formação autêntica, de desenvolvimento; modifica-se, constrói-se, forma-se a vida do personagem, do seu destino, mas o próprio personagem continua inalterado”); o surgimento do tempo biográfico é importante para o romance biográfico, este se diferencia do tempo aventuresco e lendário por ser plenamente real.

Os contatos e os vínculos da personagem com o mundo já não se organizam como encontros fortuitos e inesperados na estrada real (nem como instrumento de provação da personagem). Personagens secundárias, países, cidades, objetos, etc. integram o romance biográfico por vias substanciais e ganham uma relação igualmente substancial com o todo vital da personagem central. Desse modo, na representação do mundo supera-se tanto a dispersividade naturalista do romance de viagens quanto o seu exotismo e a idealização abstrata do romance de provação. Graças ao vínculo traçado com o tempo histórico, com a época, viabiliza-se uma representação realista mais profunda da realidade (BAKHTIN, 2003, p. 215).

Segundo o autor, no romance biográfico, a construção da imagem do personagem perde a heroificação quase inteiramente.

Aqui a personagem não é um ponto em movimento do romance de viagens e desprovido de características essenciais. Em vez da sucessão abstrata da heroificação do romance de provação, aqui o herói se caracteriza por traços tanto positivos quanto negativos (ele não se experimenta mas visa os resultados reais). No entanto, esses traços são de natureza firme, pronta, não são dados como tais desde o início, e ao longo de todo o romance o homem continua o mesmo (inalterado). Os acontecimentos não formam o homem mas o seu destino (ainda que criador) (BAKHTIN, 2003, p. 215).

Nessa breve exposição de estudos bakhtinianos sobre o romance, nosso objetivo foi mostrar como o autor concebe o *cronotopo* elemento indissolúvel da composição do gênero,

em suas diversas manifestações históricas. Ele, claramente, interfere na produção de sentido do romance.

2. IDENTIDADE NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: REFLEXÕES SOBRE A RELAÇÃO DO SUJEITO COM AS NOVAS TECNOLOGIAS

Neste capítulo, temos por objetivo contextualizar historicamente, a partir de alguns estudos desenvolvidos na área das ciências humanas, os discursos analisados nesta dissertação. Nossa opção, nesse movimento de contextualização, foi fazer um levantamento de pesquisas desenvolvidas acerca da relação do homem contemporâneo com os novos meios tecnológicos, haja vista que as peças publicitárias que tomamos por *corpus*, como dissemos na introdução, tratam da relação do sujeito com o aparelho celular. A análise que é feita no próximo capítulo, com base em estudos de Bakhtin, busca refletir sobre os sentidos produzidos por vozes sociais em conflito nessas peças e se beneficia, para identificar essas vozes, da contextualização que nos propomos fazer aqui, pois nas peças se processa um diálogo com algumas vozes presentes nessa contextualização histórica.

Dividimos essa investigação histórica em duas partes. Na primeira, aproveitamos estudos desenvolvidos no interior da sociologia sobre a identidade na sociedade contemporânea quando pensada na sua relação com meios tecnológicos. Como as pesquisas sobre o assunto são abundantes, realizamos um recorte desses estudos, privilegiando alguns autores, entre eles Kumar (2006) e um sociólogo que tem sido bastante difundido no contexto acadêmico brasileiro: Zigmunt Bauman.

A editora Zahar publicou, no Brasil, a tradução de quatorze livros do autor (*Amor líquido, Comunidade, Em busca da política, Europa, Globalização: As conseqüências humanas, Identidade, Medo líquido, O mal-estar da pós-modernidade, Modernidade e ambivalência, Modernidade e holocausto, Modernidade líquida, Tempos líquidos, Vidas desperdiçadas e Vida líquida*). O conceito proposto pelo autor de *modernidade líquida* é bastante difundido na sociedade brasileira e o autor tem sido comentado inclusive na área da análise do discurso.² Schwarcz (2008), em resenha do livro *Medo Líquido* publicado no país, pontua o seguinte a respeito do autor:

Famoso por seu estilo a um só tempo claro e desafiador, o sociólogo tem se revelado um grande pensador/provocador de nossos tempos. Em sua vasta obra, tem dedicado um lugar especial a temas da contemporaneidade. (...) Numa época em que o pensamento intelectual está cada vez mais sujeito a suspeitas de toda ordem, nada como um sociólogo do calibre Bauman para nos ajudar a restituir a fé no pensamento e no poder das idéias. Adepto da noção de “iluminação”, no seu sentido filosófico, ele é quase um “profeta” de nossos tempos nervosos, mesmo negando ser. (...)

² Ver, por exemplo, trabalhos desenvolvidos e orientados por Maria José Coracini (Unicamp-SP).

Afinal, estamos diante de um dos autores mais importantes a tratar da pós-modernidade; adepto de uma sociologia reflexiva e que incide sobre nós mesmos (SCHWARCZ, 2008).

É importante destacar que esse autor é utilizado na presente pesquisa para ajudar a compor um contexto histórico em que circulam discursos sobre a relação do homem contemporâneo com a tecnologia. Consideramos que discursos como os da sociologia contemporânea (como é o caso que destacamos) interferem na produção da realidade social e, mesmo que indiretamente, ajudam a constituir essa realidade. As idéias de Bauman sobre o sujeito e a “realidade movente” da pós-modernidade, digamos assim, apesar de muito interessantes, não serão utilizadas como base teórica para nossa análise. A aproximação de suas considerações às de Bakhtin, ou os distanciamentos entre esses autores, demanda um exercício teórico/analítico que deixamos para outra pesquisa.

A segunda parte de nossa investigação aproveita pesquisa desenvolvida sobre a relação do sujeito com o uso de celulares na sociedade brasileira. Resenhamos aqui dois artigos de Ana Maria Nicolaci-da-Costa (pesquisadora da PUC-RJ) e uma pesquisa orientada por ela.

Um desses artigos consta do Scielo e foi publicado na revista *Psicologia: ciência e profissão* no ano de 2004: “A passagem interna da modernidade para a pós-modernidade”. O artigo é resultado de pesquisa sobre o uso dos telefones celulares e a importância que estes têm para o dia-a-dia do usuário. Nicolaci-da-Costa realizou entrevistas com vinte jovens entre dezoito e vinte e cinco anos e chegou ao seguinte resultado:

Os depoimentos dos nossos entrevistados parecem estar em sintonia com o turbulento período de transformações que estamos vivendo [a autora refere-se à modernidade líquida proposta por Bauman]. São, em sua maioria, extremamente confusos e contraditórios (NICOLACI-DA-COSTA, 2004a).

O outro artigo, também no Scielo, foi publicado em 2004 na revista *Psicologia: Teoria e Pesquisa* e tem por título “Impactos psicológicos do uso de celulares: uma pesquisa exploratória com jovens brasileiros”. A autora, neste artigo, explicita outros resultados da pesquisa citada acima:

Os resultados de uma pesquisa exploratória sobre o uso de celulares por jovens cariocas sugerem que a telefonia móvel também está produzindo alterações psicológicas. Indicam, ainda, que essas alterações são condizentes com a nova organização subjetiva - fluida e em constante transformação - descrita por vários analistas da era contemporânea. No caso desses jovens, as principais alterações identificadas dizem respeito: à dilatação da sua autonomia, liberdade e privacidade; ao incremento da intimidade em vários de seus relacionamentos; à emergência de

novas formas de controle interpessoal; ao aumento de sua sensação de segurança e ao sentimento de nunca estarem sós (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

O outro texto pesquisado é de autoria de Isabelle B. B. Ferreira, trata-se de relatório de pesquisa de Iniciação Científica orientada por Nicolaci-da-Costa, publicado no site da PUC-RJ em 2006 – “Estamos diante de uma nova revolução? Investigando os impactos psicológicos do uso de celulares multifuncionais”. A pesquisadora parte dos resultados da pesquisa de sua orientadora e tem por objeto de pesquisa o uso do celular por mães de filhos na mesma idade que os sujeitos da pesquisa anterior. Ou seja: os sujeitos da nova pesquisa são usuários de celulares na faixa etária entre 40 e 60 anos. Os resultados mais interessantes desta pesquisa, segundo a autora, são:

aqueles sobre segurança (há indicadores de que esta segurança pode estar principalmente associada à tranquilidade gerada para as mães pelo fato de saber que os filhos estão bem), sobre controle (que foi qualificado por muitas como um controle diferente daquele ao qual elas próprias foram submetidas) e sobre privacidade (que as mães revelam não deixar que seja invadida) (FERREIRA, 2006).

Os resultados dessa pesquisa são relevantes para nosso trabalho porque trazem vozes sociais em conflito na sociedade contemporânea quando tematizam o uso e o valor dos aparelhos celulares. Também levamos em consideração as conclusões a que chegam essas pesquisadoras brasileiras.

2.1 A identidade na sociedade contemporânea: um recorte de estudos sociológicos

Estamos vivendo, neste início do século XXI, a chamada por alguns de era da pós-modernidade. De qualquer modo, não se pode falar em pós-modernidade sem fazer um contraponto com a modernidade.

Segundo estudos realizados por Kumar (2006), a era moderna estabeleceu um contraste com o mundo antigo:

O mundo antigo era pagão, o moderno cristão. Isto é, o primeiro pode-se dizer que estivera envolvido em trevas, o último fora transformado pelo aparecimento de Deus entre os homens sob a forma de seu filho, Jesus Cristo. O contraste entre os conceitos pagão e cristão do tempo, revela um aspecto interessante da história da modernidade. Deve estar evidente o quanto do que entendemos como modernidade está contido na filosofia cristã da história. Nela, o tempo é retirado da esfera natural e inteiramente humanizado (mesmo que sob orientação divina). Ele é mostrado como linear e irreversível, ao contrário dos ciclos e recorrências do pensamento antigo. O cristianismo conta uma história com um começo (a criação e o pecado

original), um meio (o advento de Cristo) e um fim (o Segundo Advento)- e insiste nessa ordem necessária de eventos. Simultaneamente, inverte a cronologia e interpreta a história de seu tempo final (KUMAR, 2006, p.108).

Foi no final do século XVIII que surgiu a chamada era moderna. Essa significou o rompimento com o passado e o ingresso em um tempo futuro expandido de forma infinita, um tempo de progressos.

De acordo com Kumar (2006), a modernidade teria nascido no Ocidente sob condições sócio-históricas específicas. Ela teria se deslocado do Ocidente para o resto do mundo não apenas em termos de formas culturais, práticas sociais, mas também sob a forma de um discurso que traz marcas do passado, interroga o presente com inovações sem fim e mudanças intermináveis.

A modernidade é heterogênea, ela enfatizou os meios tecnológicos, a informação, a comunicação, o bem-estar, a libertação e a realização humana. A era moderna tornou-se ponto decisivo da história humana.

Pode-se dizer, segundo Kumar (2006), que a pós-modernidade é uma reformulação da modernidade. Ela revela princípios que não eram tão claros na modernidade e anuncia uma revolução de idéias, até então ocultas diante dos olhos dos que dela participavam. A modernidade muda de aparência quando vista pela pós-modernidade. A pós-modernidade mostra aspectos da modernidade que esta somente introduziu. A era contemporânea é uma continuação da modernidade e da sua transcendência. Uma mistura eclética do presente com o passado.

Os padrões de comportamento, as crenças, as manifestações artísticas mantidas na modernidade sofreram mudanças radicais com a chegada da sociedade contemporânea. Contudo, os velhos hábitos não são esquecidos, apagados, eles foram remodelados, adaptados para uma nova era. “A condição pós-moderna” baseia-se explicitamente em uma visão na qual “o conhecimento tornou-se a principal força de produção” e a “computadorização da sociedade” é considerada como realidade subjacente (LYOTARD *apud* KUMAR, 2006, p.152).

Ao falar da sociedade “pós-moderna”, Lyotard lembra o importante papel que esta dá aos meios de comunicação, sobretudo na era das telecomunicações e do computador.

Para muitos teóricos da comunicação, segundo Kumar (2006), hoje a mídia não apenas comunica como também constrói o sujeito contemporâneo. Ela está construindo um novo ambiente para esse indivíduo, um ambiente que exige uma nova “epistemologia social” e uma nova forma de agir. A mídia vem criando, nos últimos tempos, uma nova realidade eletrônica,

saturada de imagens e símbolos, que oblitera todo e qualquer sentido de realidade objetiva por trás dos símbolos. Na situação que Jean Baudrillard (*apud* KUMAR, 2006) chama de “êxtase da comunicação”, o mundo, nosso mundo, torna-se puramente um mundo de simulação (KUMAR, 2006, p.161). Nesse “novo mundo” em que impera a simulação, não é possível distinguir o imaginário do real, nem o signo de seu referente e ainda menos o verdadeiro do falso (MARSHALL MCLUHAN *apud* KUMAR, 2006, p.161).

De acordo com Kumar (2006), os meios de comunicação produzem não só a dissolução de algo que existe e a que se referem os signos e as imagens, como também a dissolução do sujeito humano; o ego individual que a modernidade julgou ser o pensador autônomo, soberano, o herói, deixou de existir com a pós-modernidade uma vez que o indivíduo pode ser considerado um terminal de “rede múltiplas”, “como um astronauta em sua cápsula, ao redor da qual circulam mensagens eletrônicas controladas por um computador”.

Nas palavras de Poster (*apud* KUMAR, 2006, p.164), o indivíduo se dissolve completamente em informação e comunicação:

No [novo estágio] do modo de informação, o sujeito não está mais localizado em um ponto no tempo/espço absoluto, desfrutando de um ponto de observação físico, fixo, do qual possa racionalmente calcular suas opções. Em vez disso, é multiplicado por bancos de dados, dispersado por mensagens e conferências em computador, descontextualizado e reidentificado por anúncios de TV, dissolvido e materializado continuamente na transmissão eletrônica de símbolos... O corpo não é mais um limite eficaz da posição do sujeito. Ou talvez seja melhor dizer que os meios de comunicação estendem o sistema nervoso por toda a Terra, até o ponto em que ele envolve o planeta em uma noosfera de linguagem, para usar o termo de Teilhard de Chardin. Se posso falar diretamente ou por correio eletrônico com um amigo em Paris enquanto estou sentado em minha cadeira na Califórnia, se posso presenciar eventos políticos e culturais no momento em que ocorrem no planeta sem deixar minha casa, se um banco de dados de localização remota contém meu perfil e o informa a órgãos do governo, que tomam decisões que afetam minha vida sem que eu tenha conhecimento de meu papel nesses fatos, se posso fazer compras de minha casa usando meu aparelho de TV ou o computador, então onde estou e quem sou eu? Nessas circunstâncias, não posso me considerar centrado em uma subjetividade racional, autônoma, ou limitado por um ego definido, mas sou despedaçado, subvertido e dispersado pelo espaço social (POSTER *apud* KUMAR, 2006, p.165/166).

Para Bauman (2005), viver na pós-modernidade é estar inserido no mundo da informação e da comunicação, é descobrir um ambiente “diferenciado” que promete desafios, poder, desejos, colocando a identidade do indivíduo em um processo de transformação.

Diríamos que a palavra identidade, de acordo com o autor, na chamada pós-modernidade, pressupõe a relação do indivíduo com a realidade social na qual ele está inserido, revelando uma condição de vida, estrutura familiar, religião e costumes da pessoa. Nela, a ação do indivíduo é fragmentada; este, por fazer parte de diversas organizações

sociais, assume e desempenha vários papéis: de filho, amigo, pai. Cada atividade toma forma a partir de um personagem, que se assume nas diversas situações da vida.

A identidade, segundo Bauman (2005), permite que o indivíduo se perceba como sujeito único, tomando posse da sua realidade individual, e tome consciência de si mesmo. Além disso, a identidade não é só o que a pessoa aparenta, ela agrupa várias idéias como a noção de permanência, de pontos que não mudam com o tempo. Algumas dessas características imutáveis são: o nome da pessoa, parentesco, nacionalidade, impressão digital, que permitem a distinção de uma unidade.

Entretanto, à medida que o indivíduo vai se deparando com as incertezas e as inseguranças do “mundo pós-moderno”, sua identidade social, cultural, profissional, religiosa e sexual sofre um processo de transformação contínua, que vai do perene ao transitório, em função das formas pelas quais o sujeito é representado ou interpelado pelos sistemas que o rodeiam.

O sujeito, ainda segundo o autor, não constrói uma única identidade para a vida toda. À medida que o indivíduo vai se relacionando com o outro, toma suas decisões, percorre caminhos; o ambiente em que vive todo o seu tempo histórico, social e cultural o força a construir uma nova identidade.

Outro aspecto destacado pelo autor é que a abundância dos compromissos e a correria do mundo pós-moderno levaram o indivíduo a construir uma identidade evasiva e nada duradoura. Este assume uma identidade num determinado momento, mas muitas outras, ainda não conhecidas, estão flutuando no espaço esperando que sejam escolhidas. “Muitas outras identidades não sonhadas ainda estão por vir. O sujeito nunca saberá ao certo se a identidade que agora exhibe é a melhor que pode obter e a que provavelmente lhe trará maior satisfação” (BAUMAN, 2005, p.92).

Se na modernidade a questão era de como construir a própria identidade e como dotá-la de uma forma universalmente reconhecível, atualmente, o problema da identidade, segundo Bauman (2005), resulta principalmente da dificuldade de se manter fiel a uma identidade por muito tempo, já que elas são negociáveis.

A questão da identidade, para Bauman (2005), também está ligada ao colapso do Estado de bem-estar e ao posterior crescimento da sensação de insegurança caracterizada pelo surgimento dos novos meios tecnológicos existentes no mundo pós-moderno.

Além disso, segundo o autor, com o advento dos meios tecnológicos, o indivíduo pós-moderno perdeu o interesse em estabelecer interações espontâneas e contatos físicos,

interessando-se atualmente por encontros eletronicamente mediados com comunidades virtuais.

Em aeroportos e outros espaços públicos, pessoas com telefones celulares equipados com fones de ouvido ficam andando para lá e para cá, falando sozinhas e em voz alta, como esquizofrênicos paranóicos, cegas ao ambiente ao seu redor. A introspecção é uma atitude em extinção. Defrontadas com momentos de solidão em seus carros, na rua ou nos caixas de supermercados, mais e mais pessoas deixam de se entregar a seus pensamentos para, em vez disso, verificarem as mensagens deixadas no celular em busca de algum fiapo de evidência de que alguém em algum lugar, possa desejá-las ou precisar delas (BAUMAN, 2005, p.32).

Com o mundo se movendo em alta velocidade e em constante aceleração, os contatos físicos, as conversas reais foram substituídas por mensagens, que são acessadas e aceitas pelo indivíduo de modo que este sinta o conforto de “estar em contato” sem os desconfortos que o verdadeiro “contato” reserva. O sujeito contemporâneo substituiu os poucos relacionamentos profundos por uma profusão de contatos pouco consistentes e superficiais (BAUMAN, 2005, p.76).

De acordo com Bauman (2001), o indivíduo sente medo de ficar sozinho, teme que lhe neguem companhia. Sente falta do contato com o outro. Este se identifica com as pessoas com as quais se relaciona, constrói sua identidade na relação com o outro, imita padrões de uso/consumo de uma sociedade. Paradoxalmente, identificar-se com o outro é ser único, diferente:

Numa sociedade de consumo, compartilhar a dependência de consumidor - a dependência *universal* das compras - é a condição de toda liberdade *individual*; acima de tudo da liberdade de ser diferente, de ter identidade. Um comercial de TV mostra uma multidão de mulheres com uma variedade de penteados e cores de cabelos, enquanto o narrador comenta: “Todas únicas, todas individuais, todas escolhem X” (X sendo a marca anunciada de condicionador). O utensílio produzido em massa é a ferramenta da variedade individual. A identidade “única” e “individual” só pode ser gravada na substância que todo o mundo compra e que só pode ser encontrada quando se compra (BAUMAN, 2001, p.98/99).

Destaca o autor que a sociedade pós-moderna, através dos meios tecnológicos, organizou a vida do indivíduo em torno do consumismo. Ela é orientada pela sedução, pelos desejos sempre crescentes e voláteis que os meios eletrônicos prometem.

Em suma, a vida moderna é tão mediada por imagens eletrônicas tentadoras e desejadas que isso leva o sujeito a ir às compras em busca das identidades assistidas. Essas imagens eletrônicas constroem identidades diversificadas tão sonhadas pelo sujeito pós-

moderno. Assim é a identidade para Bauman (2005), ela está em constante processo de construção em relação aos meios de comunicação.

O autor, em texto anterior (BAUMAN, 1998), defende que os sujeitos apreenderam que adquirir e consumir determinados objetos é sinônimo de felicidade, liberdade e de uma vida bem sucedida.

Acrescente-se que, no mundo pós-moderno e de consumo, escolher é o destino de todos. Os indivíduos querem nada menos do que desfrutar, saborear e exercer sua liberdade de escolha. “A liberdade é a aptidão de fazer aquilo de que se gosta; uma liberdade de escolha que implica o direito do indivíduo de não ser tolhido pelos outros no desenvolvimento da sua própria atividade” (BAUMAN, 1998, p.253).

Uma outra característica fundamental na vida do sujeito contemporâneo que nos interessa trazer para este trabalho é a relação entre espaço e tempo.

O tempo e o espaço podem ser teorizados como categorias distintas e mutuamente independentes da estratégia e da ação; quando deixam de ser, como eram ao longo dos séculos pré-modernos, aspectos entrelaçados e dificilmente distinguíveis da experiência vivida, presos numa estável e aparentemente invulnerável correspondência biunívoca. Na modernidade, o tempo tem história, tem história por causa de sua capacidade de carga, perpetuamente em expansão. O tempo adquire história uma vez que a velocidade do movimento através do espaço (diferentemente do espaço eminentemente inflexível, que não pode ser esticado e que não encolhe) se torna uma questão do engenho, da imaginação e da capacidade humana (BAUMAN, 2001, p.15/16).

Para o autor, a história do tempo teria iniciado com a modernidade. A modernidade é, talvez mais que qualquer outra coisa, a história do tempo: “a modernidade é o tempo em que o tempo tem uma história”. O tempo é diferente do espaço porque ao contrário deste, pode ser manipulado e mudado (BAUMAN, 2001, p.129/130).

Com o advento dos meios tecnológicos, o sujeito pós-moderno foi descobrindo que o tempo necessário para colocá-lo em contato com o outro deixaria de lado a distância, isto é, o indivíduo não teria mais que viajar algumas horas, alguns dias ou esperar algumas semanas ou meses para que cartas chegassem com notícias de alguém. Com o uso dos meios de comunicação presentes na sociedade contemporânea, o contato com o outro tornou-se questão de segundos. A tecnologia redimensionou as distâncias, abolindo as distinções entre aqui e lá. O espaço deixou de ser um obstáculo, sendo dominado em alguns segundos.

Outros aspectos acerca da relação do homem contemporâneo com o espaço são: hoje em dia, na concepção do autor, estamos todos em movimento, mesmo se fisicamente parados; a mídia bombardeia-nos com informações em tempo real, hiper-realizando o mundo e

transformando-o num grande espetáculo, gerando uma resposta rápida e impulsiva - acostumamo-nos ao espetáculo.

Finalizando essa exposição de algumas idéias sobre o homem contemporâneo em sua relação com os meios tecnológicos, gostaríamos de destacar que o indivíduo está constantemente submetido a uma quantidade gigantesca de informações fragmentadas e estímulos desconexos. O sujeito está vivenciando um período de mudanças marcado pela flexibilidade, mobilidade e pela instabilidade dos acontecimentos gerados pelos sinais eletrônicos.

2.2 O sujeito na sua relação com os aparelhos celulares: um recorte no campo da psicologia

Considerando os estudos sociológicos sobre a relação entre o desenvolvimento tecnológico da sociedade pós-moderna e a produção da subjetividade (entre eles os realizados por Bauman e Castells), a professora Nicolaci-da-Costa (2004a, 2004b) desenvolveu uma pesquisa exploratória que tinha como principal finalidade a identificação e análise dos impactos psicológicos que os celulares vêm gerando sobre os jovens de um grande centro urbano brasileiro, a cidade do Rio de Janeiro.

Como dissemos no início deste capítulo, com a intenção de fazermos um levantamento bibliográfico, recuperando discursos que circulam no contexto de produção dos discursos que analisamos e que explicitam vozes sociais sobre a relação do brasileiro com os telefones celulares, expomos os resultados obtidos nessa pesquisa da autora citada, publicados em dois artigos. Também aproveitamos em nossa pesquisa os resultados de um trabalho orientado por essa pesquisadora sobre os impactos psicológicos do uso de celulares.

A pesquisa realizada pela professora Nicolaci-da-Costa (2004a, 2004b) que apresentamos aqui foi realizada com jovens com faixa etária entre 18 e 25 anos. De acordo com a autora, os dados foram coletados por meio de vinte entrevistas individuais de cerca de uma hora de duração, sendo informais e descontraídas, e em locais escolhidos pelos próprios sujeitos pesquisados.

A autora construiu um roteiro composto de trinta itens principais a partir dos quais eram geradas as perguntas. Estas foram formuladas durante a própria entrevista para evitar que fossem lidas e, em consequência, soassem artificiais. Esses trinta itens/perguntas foram desmembrados em outros, para maior aprofundamento. A maior parte desse roteiro foi composto de itens/perguntas abertas, permitindo qualquer tipo de resposta.

A seguir, mostramos os blocos temáticos em que se agruparam esses itens/perguntas: diferenças entre o telefone fixo e o celular; uso do celular; como o entrevistado se relaciona com o seu celular; privacidade e intimidade. Neste último caso, destacamos as perguntas feitas: o que é privacidade? como fica a privacidade com o uso do celular? o que é intimidade? como fica a intimidade com o uso do celular?

Transcrevemos a seguir alguns dados coletados através da pesquisa realizada pela professora, bem como algumas considerações feitas; ela encontra, nos depoimentos dos jovens entrevistados, mudanças em seus comportamentos, conflitos de opiniões, inconsistência entre respostas, sentimentos contraditórios, instabilidade no uso dos celulares.

De acordo com a pesquisa, o fato de que os celulares sejam objetos sempre ao alcance dos consumidores é um bom indicador da importância que eles assumiram nas vidas dos entrevistados. Veja-se a reprodução do seguinte depoimento:

Eu durmo com o celular do lado da cama, geralmente meu namorado me liga de madrugada, tipo de noite e tal, ou alguém pode me ligar de madrugada... Eu acordo, pego o celular ponho ele dentro da bolsa, venho para faculdade de ônibus ou de carona com a bolsa. Então, eu pego o celular. Durante as aulas eu ponho ele no meu colo e, no estágio, eu deixo ele em cima de uma mesa, (...) mas tem que estar sempre visível, sempre perto. (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

Para a professora, a necessidade de os jovens entrevistados estarem sempre em contato com seus celulares é tamanha, que a grande maioria dos entrevistados alega nunca desligar seus celulares (os poucos que o fazem, desligam somente para dormir). Acompanhemos o depoimento a seguir: “(...) mantém seu celular ligado: ...sempre, até de madrugada. É raro, é raríssimo deixar ele desligado... Hoje em dia, eu vou ser sincera... , acho que nem em prova eu deixo mais desligado, eu boto pra vibrar” (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

Segundo Nicolaci-da-Costa (2004b), os jovens entrevistados quase nunca deixam de atender os seus celulares, quando impossibilitados de receber ligações os deixam no modo silencioso para, quando disponíveis, visualizarem quem ligou. Observemos o depoimento:

...pra não perder nenhuma ligação mesmo, mesmo que eu não possa atender eu quero saber quem me ligou. Tipo agora, eu poderia ter desligado o celular pra fazer a prova, mas eu falei não, vai deixar ele no silencioso, vai tocar dez vezes, não vou atender, mas eu vou saber quem me ligou. E tá sempre por perto, às vezes eu tô nos lugares mais bizarros... Eu levo pro banheiro, entendeu (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

Além de utilizarem alguns benefícios dos seus celulares como o modo *vibracall*, silencioso, os jovens entrevistados, de acordo com a pesquisadora, antes de atenderem seus telefonemas olham no visor, assim já identificam quem está ligando, quando não conseguem identificar atendem impulsionados pela curiosidade de saber quem está ligando. Acompanhemos a reprodução de um depoimento em que a jovem atende o celular mesmo não identificando quem está do outro lado; quando identifica o outro, o atendimento é personalizado: "... porque eu quero saber quem está me ligando e... não sei, é mais fácil de atender também, você vê que... vê por exemplo, é uma amiga, já falo "Oi fulaninha"" (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

Para conseguirem identificar quase todas as pessoas que ligam para eles, segundo Nicolaci-da-Costa (2004b) os jovens utilizam a capacidade de suas agendas ao limite. Vejamos a seguir o depoimento:

Tá lotada, não cabe mais nenhum. Acho que são cem. É, mas olha eu acho que tem pouco sabe? Mas são as pessoas ou que eu ligo mais ou que me ligam mais, sabe? Óbvio, eu acho que dessas 99, eu acho que uns 60% são pessoas que eu tenho muito contato outras eu tenho porque é aquela coisa assim... Você encontra alguém no meio da rua, nunca mais a gente se falou não sei quê, qual seu telefone e anota (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

Segundo a pesquisa realizada, os entrevistados apontam uma vantagem dos celulares: além de possibilitarem a identificação das chamadas, permitem o acesso direto e imediato à pessoa com quem se deseja falar. Estes se diferenciam dos telefones fixos, com o uso dos celulares evita-se que intermediários como: mãe, irmão, irmãs, atendam os telefonemas. Acompanhemos a reprodução de alguns depoimentos a seguir:

A galera tá assim, geral, às vezes eu me pego fazendo isso também: eu vou ligar pra fulana, eu quero achar ela, vou ligar pro celular, porque eu sei que mesmo que ela esteja em casa, ela vai tá com o celular ligado no quarto. Eu acho que, às vezes, eu me pego fazendo isso também... Acho que... vem a facilidade primeiro de encontrar a pessoa. E, segundo, tipo meio que ter certeza, certeza entre aspas, de que ela vai atender. Então se eu quero falar com ela, por exemplo, minha mãe. Às vezes eu quero falar e tá no trabalho, então no escritório dela é assim, a telefonista que passa pra secretária dela que passa pra ela. Saco! Quero falar com ela. Aí, eu prefiro, tipo, tentar o celular dela, aí eu já falo direto com ela (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

O celular você liga para a pessoa e acha, vai direto ao ponto, tem a certeza de que a pessoa vai atender, e o fixo, é... o fixo. Você liga para a pessoa e atende alguém da casa, tem que pedir pra chamar. Celular, a pessoa ligou é para mim (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

"[Se] acontece de alguém atender seu telefone e a pessoa que liga reconhece que não é você, desliga. Porque só fala se for com você. É por isso que eu não gosto."

Ou seja, quem chama desliga se, ao usar um atalho, quem atende é um intermediário (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

Assim, para Nicolaci-da-Costa (2004b) além de permitir o acesso direto com quem se deseja falar, o uso dos celulares dá autonomia aos jovens entrevistados, preservando a sua intimidade com o outro. Estes recebem e realizam ligações a qualquer hora do dia e da noite, mantendo seus celulares por perto durante vinte e quatro horas por dia. Observemos alguns dos depoimentos presentes na pesquisa realizada:

Se for muito tarde, assim, eu prefiro ligar pro celular. Eu sei que o celular deve tá no quarto da pessoa e só ela vai atender. Não tem problema de eu estar atrapalhando ninguém (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

Porque eu passo o dia fora de casa e tipo, celular é muito melhor, né? Porque, bem ou mal, se eu der o telefone fixo, ainda mais eu que passo muito tempo longe de casa, é minha mãe que vai atender, entendeu? Pô, às vezes eu conheço um cara, aí dá o telefone pro cara, entendeu, cada hora um ligando pra minha casa, é chato (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

Tem amiga minha que me liga durante a madrugada, deprê, ou então para contar alguma coisa. Geralmente é amiga, assim, pra falar alguma coisa, ou pra reclamar da vida, ou então pra contar que saiu com um cara, não sei que, não sei que lá... (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

Eu não tenho problema com isso, se as pessoas tão me ligando de madrugada é porque tão precisando falar comigo. [Normalmente isso acontece por quê?] Quando as amigas brigaram com o namorado, quando estão tristes, precisando conversar (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

De acordo com os resultados da pesquisa em questão, ao manterem seus celulares sempre por perto e ligados, atendendo a todas as chamadas, os jovens geram um constante fluxo de ligações ao longo do dia e da noite. Os jovens, neste sentido, mantêm-se sempre em contato com o(s) outro(s), evitando estar a sós.

Vejamos o que os depoimentos nos revelam:

100% das vezes que eu tô na rua e recebo ligação de madrugada é o pessoal que tá comigo na rua. Tipo, assim, às vezes saem três carros aí um se perde do outro "ah, onde você tá?", ou então marca comigo na porta do cinema meia noite, aí me ligam e falam "já cheguei", entendeu. Ou então "olha só, a gente não gostou daqui, não, porque aqui tá vazio. A gente tá indo lá pro bar não sei das quantas" (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

De noite [o número de ligações] aumenta pra caramba. É a hora que eu mais falo pra saber onde as pessoas estão, onde tá bom... Durante o final de semana é o pico!!! É quando eu mais preciso dele, saber o que está acontecendo, o que tá pegando, muito importante... (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

Segundo Nicolaci-da-Costa (2004b), a pesquisa revela que os jovens só não gostam de receber ligações dos pais, principalmente à noite quando saem com os amigos para as baladas. Observemos depoimentos dos jovens que se sentem incomodados com as ligações dos pais:

... minha mãe me acha em todos os lugares, sabe, não tenho mais aquela desculpa de "ah, não tinha telefone"... É, eu não gosto muito disso, dessa marcação cerrada não, sabe. [Por quê?] Ah porque eu gosto muito de liberdade, assim, aí pô, às vezes ela me liga 4h da manhã, ah tá ainda aí?... Ai que saco, sabe, nem atendo (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

... porque quer ficar me controlando, né? Eu acho que todo pai que dá celular pro filho, no fundo, no fundo, quer ficar é controlando o filho e não porque é bonzinho (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

De acordo com a pesquisa, o fato de os jovens manterem sempre em contato uns com os outros através dos celulares faz com que seu uso possibilite a intimidade de certos relacionamentos. Listamos alguns depoimentos a seguir:

É, eu acho que às vezes facilita. Por exemplo, eu acho que esse negócio de namorado, por exemplo, ele ligar qualquer hora. Antigamente era só em casa, mãe atendia e às vezes ficava com vergonha. Acho que poder ligar, poder mandar mensagem de texto pode ajudar a ir criando a intimidade, pode aumentar (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

É... acaba que [o celular] aproxima mais, né? Eu acho que acaba fazendo com que as pessoas fiquem mais íntimas (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

Com o constante fluxo de ligações realizadas e recebidas durante o dia, à noite e até de madrugada, quando acontece desse meio eletrônico “celular” ser esquecido, quebrar, os jovens entrevistados na pesquisa confessam que, com a ausência dos celulares, sentem que “perderam o mundo”. Acompanhem os depoimentos a seguir:

É o principal meio de comunicação [rindo]. Eu me sinto, assim, hoje em dia, segura, e se eu sair de casa sem o celular eu fico, assim, se eu tiver sem o celular e precisar falar com alguém "como é que eu vou fazer?". (...) A dependência é tão grande que você acha que você tem que estar com ele todo momento (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

Ia faltar alguma coisa, imagina vir para a faculdade e ficar sem o celular. Como eu ia falar com alguém? Não dá. Ia ser horrível (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

Não consigo sair de casa, eu não fico sem celular, parece que eu tô sem calcinha, sem cabeça. Se eu sair sem celular, eu dou um jeito, volto. Ficar sem bateria é um desespero porque, ao mesmo tempo que eu quero falar com as pessoas, as pessoas querem falar comigo. Se não conseguirem, ficam nervosas. "Onde é que você tá?" Então, é imprescindível (...) Vicia, faz parte do corpo quase (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

Assim, os resultados da investigação realizada por Ana Maria Nicolaci-da-Costa (2004b) revelam que o celular hoje em dia é essencial na vida dos jovens. Eles, com a ausência dos celulares, sentem-se inseguros, desorientados e sós. Os celulares permitem que os jovens mantenham um vínculo virtual constante com o outro, evitando a solidão. Vejamos a reprodução de alguns depoimentos:

Meus pais já se preocuparam muito com a minha demora, com o trânsito, violência. É para mim uma segurança, é de eu estar de repente num carro e acontecer alguma coisa e eu ter a quem chamar... É uma segurança (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

... não gosto muito de celular, de carregar, é importante, mas é meio chato. [Por que é importante?] Para a minha segurança... é sempre importante ter um celular na mão para o que der e vier (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

... pensando nele [celular] hoje em dia na minha vida ... eu acho que eu vejo talvez até como, inventando uma palavra, até como companheiro. [Risos] É engraçado, tipo, tô sem ter o que fazer, vou aproveitar pra fazer aquelas ligações, ou vou jogar aquele joguinho que tem no celular, ou enfim, vou mandar uma mensagem de texto (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

É uma relação, quase um melhor amigo mesmo (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

A seguir transcreveremos alguns dados coletados por Nicolaci-da-Costa (2004a), presentes em seu artigo “A passagem interna para a pós-modernidade”. Os dados apresentados a seguir dão continuidade à pesquisa já citada.

A autora busca relacionar os dados coletados nesta segunda pesquisa com os da primeira já mencionada acima, tendo por objetivo a identificação dos possíveis conflitos de opiniões e a inconsistência das respostas dos jovens acerca do uso dos telefones celulares.

De acordo com a pesquisa, são poucos os jovens que se lembram da época em que os celulares não existiam. Veja-se a reprodução do seguinte depoimento.

Eu tinha onze [anos]... eu lembro que meu motorista... já tinha, porque se a gente precisasse falar com ele ligava de um orelhão pra ele. As amigas não, eu acho que na época de colégio não tinha isso. Eu me lembro pouco da época sem celular (NICOLACI-DA-COSTA, 2004a).

Para a professora Nicolaci-da-Costa (2004a), mesmo não tendo muitas lembranças da época sem os celulares, os jovens sabem e conhecem as mudanças e transformações sociais ocorridas com o seu uso. Dentre as mudanças introduzidas com o uso dos celulares os jovens

destacam: o barateamento dos aparelhos, a facilidade em adquiri-los e a redução nas tarifas de serviços dos mesmos, possibilitando, segundo os jovens, a popularização da telefonia móvel. Observemos o depoimento.

Acho que ficou mais popular, né? Antigamente minha mãe tinha um celular que era de Minas Gerais, porque comprava mais barato. Depois, com esse negócio de cartão, o celular ficou bem popular. Todo mundo tem celular. Não é mais aquele acessório de luxo (NICOLACI-DA-COSTA, 2004a).

Segundo a autora, alguns jovens mesmo possuindo celular dizem usarem seus telefones fixos quando estão em casa, utilizando o celular somente quando estão fora de casa e para receberem chamadas. Vejamos a seguir alguns depoimentos.

Eu uso o fixo basicamente quando eu tô em casa, e o celular quando eu tô na rua. Eu não uso o celular em casa. [Se ele toca em casa você não atende?] Eu atendo, mas aí não sou que pago, é a pessoa que paga. [Você não liga do celular em casa?] Não, a não ser que seja, por exemplo, a minha mãe tá no telefone, aí eu preciso falar urgentemente com uma pessoa, não tem problema, eu ligo (NICOLACI-DA-COSTA, 2004a).

É...eu uso...tando fora de casa eu sempre uso o celular, nunca penso em pegar um cartão telefônico pra usar o orelhão. Agora, estando dentro de casa eu nem penso em usar o celular, tando dentro da minha casa eu uso sempre o telefone fixo. [E em casa você não usa?] É, não uso o celular em casa. [Nunca, em nenhuma situação?] Bom, eu uso o celular quando eu não quero que a pessoa saiba qual é o telefone da minha casa, que aí a pessoa fica só com o do meu celular e o celular eu controlo se atendo ou não. Deixa eu ver, e também acontece d'eu ligar do meu celular quando eu tô em casa, pô, lá em casa tá sempre alguém na internet ou falando no telefone, quando eu não tenho paciência de esperar eu vou e pego o celular mesmo. [Quando você quer ter uma conversa privada com alguém, em qual você prefere falar?] No celular, porque aí eu me tranco no quarto... e falo no celular mesmo. É mais uma situação que eu esqueci de comentar (NICOLACI-DA-COSTA, 2004a).

Observando os depoimentos acima citados identificamos um conflito de vozes sociais que enunciam um contra-discurso em relação ao uso dos celulares em casa. Num primeiro instante os jovens dizem usarem somente o telefone fixo quando estão em casa, deixando o uso do celular para quando estão fora de seus lares. E depois acabam relatando que fazem o uso do celular mesmo estando em casa. Pode-se dizer, portanto, que os depoimentos dos jovens são contraditórios entre si e entre os depoimentos da primeira pesquisa acima mencionada.

Na primeira pesquisa os jovens relatam fazerem o uso de seus celulares mesmo estando em casa mantendo-os sempre por perto durante vinte e quatro horas por dia.

Segundo Ana Maria Nicolaci-da-Costa (2004a) ao relacionar os depoimentos apresentados no primeiro artigo com os do segundo é possível identificar vários não-ditos em

um depoimento, mas ditos e verbalizados em outros. Assim, os depoimentos dos jovens para Nicolaci-da-Costa (2004a) são confusos e contraditórios.

Transcreveremos a seguir outras contradições detectadas nos depoimentos dos jovens, quando estes respondem nesta segunda pesquisa fazerem o uso do celular somente em caso de emergência ou de urgência. Veja-se a reprodução de alguns depoimentos.

As situações básicas de eu usar o celular são emergências, quando geralmente eu preciso ligar pra alguém, naquela hora que eu não estou em casa, entendeu? (NICOLACI-DA-COSTA, 2004a).

É, telefone celular, eu, eu ligo, sei lá, a princípio mais por urgência, mas às vezes eu ligo para alguém e acabo esquecendo que liguei do celular, tipo passo um tempão no celular (NICOLACI-DA-COSTA, 2004a).

Nesse sentido, segundo Nicolaci-da-Costa (2004a), as palavras “emergência e urgência”, sob a égide do imediatismo, nos depoimentos acima citados sofrem redefinições de significados: são compreendidas no contexto histórico atual como um desejo, uma necessidade de estar em contato com o outro, nas mais variadas situações, por meio dos celulares.

Dando continuidade aos estudos de Ana Maria Nicolaci-da-Costa (2004a e 2004b), Isabelle B. B. Ferreira (2006), em seu relatório de pesquisa de Iniciação Científica orientada por essa autora, desenvolveu uma pesquisa exploratória que tinha por objetivo constatar a identificação e análise do uso dos celulares feito por mães de filhos na mesma idade que os sujeitos da pesquisa anterior; no caso, mulheres na faixa etária entre 40 e 60 anos.

Com o objetivo de recuperar as vozes que circulam no contexto de produção dos discursos que analisamos nesta dissertação, relatamos, neste item, os resultados a que se chega nessa pesquisa sobre o uso que adultos (mulheres/mães) fazem de celulares.

De acordo com Ferreira (2006), os dados foram coletados por meio de vinte entrevistas individuais, com a elaboração de um roteiro. Esse roteiro, segundo a autora, foi elaborado de acordo com a idade das entrevistadas. Todas as mulheres, para participarem da pesquisa, tinham que ter filhos com faixa etária entre 18 e 25 anos. Foi construído um roteiro composto de trinta itens principais.

A seguir optamos por mostrar alguns dos itens/perguntas, como as diferenças entre o telefone fixo e o celular;

Transcrevemos nesta dissertação alguns dados coletados através da pesquisa realizada por Ferreira (2006), bem como algumas das considerações listadas pela pesquisadora. Ela identifica, nos depoimentos das mulheres entrevistadas, a segurança que estas dizem ter com

o uso dos celulares, conseguindo estar sempre em contato com os filhos quando eles saem; além disso, obtêm, através desses aparelhos, controle sobre os filhos: elas relatam que controlam seus filhos pelos celulares procurando saber onde estão, com quem estão e a que horas pretendem retornar para casa.

De acordo com a pesquisa, as mães dos jovens assumem que os celulares são essenciais em suas vidas para mantê-las em contato direto com os filhos. Elas relatam receberem até mesmo chamadas a cobrar dos filhos em seus celulares já que preferem ter notícias de como estão. Vejamos a reprodução do depoimento:

Eu recebo muitas ligações a cobrar da minha filha, eu quero mais é que ela se comunique, que entre em contato, sem problemas (FERREIRA, 2006).

Quando questionadas na pesquisa quanto ao fornecimento de seus números, as mães respondem que escolhem com cuidado para quem os divulga. Vejamos alguns depoimentos.

(...) normalmente eu ainda não tenho o hábito de dar o celular para todas as pessoas. [Quem é que tem o celular?] Os filhos, família em primeiro lugar. As amigas mais chegadas cada vez mais pedem. Os profissionais com quem eu tô trabalhando pedem mais freqüentemente. Ou com quem eu trabalho mais, estofador etc e tal. Aí eu dou porque eu acho que, agora, por exemplo, em loja, se eu vou fazer uma compra, eu dou o telefone fixo, de casa (FERREIRA, 2006).

(...) A princípio, só quem tem meu número do telefone é o Ivan, que é meu filho, a Érica, minha filha, meus pais e meus irmãos, ponto. (...) [Amigos?] Bem íntimos (...) Fora isso não. Por exemplo, eu coordeno uma equipe de 42 professores, nenhum deles tem o meu celular (FERREIRA, 2006).

Quase ninguém tem o número do meu celular. [E geralmente quem te liga?] Minhas filhas, só (FERREIRA, 2006).

Entretanto, algumas mães acabam divulgando o número do seu celular a todos os que as conhecem: “os mais próximos com certeza têm, mas acho que é mais pela necessidade de falar mesmo, porque eu dou pra qualquer um, então até os amigos, conhecidos, né?! Se quiserem meu número eu dou!” (FERREIRA, 2006).

Segundo a pesquisa realizada, as mães, quando questionadas se atendem os celulares a qualquer hora do dia e da noite, disseram atender principalmente as chamadas dos filhos, familiares e de alguns amigos mais próximos. Acompanhem os depoimentos a seguir:

Por uma questão de... Sei lá, por ser da família mesmo. Já que eles podem estar precisando de mim. Embora os amigos também, não sei... Às vezes os amigos têm vários núcleos a quem recorrer. Se for um deles (filhos), de repente, o bom é recorrer a mim, né?! Ou minha mãe, uma pessoa da idade dela, que não tem celular. Aí se ela ligar pra mim eu não vou deixar de atender (FERREIRA, 2006).

Assim como os jovens da pesquisa realizada por Nicolaci-da-Costa (2004b), as mulheres entrevistadas têm o hábito de olhar no visor dos celulares para identificar as ligações. Veja-se a reprodução deste depoimento.

(...) se eu conhecer o telefone. Se eu não conheço o telefone nem sempre eu atendo. (...) Se eu tiver no trabalho eu vou olhar, vou atender se for da minha casa, se for da minha mãe. Agora, se for um amigo meu e eu lá no meio de uma reunião eu não vou atender (FERREIRA, 2006).

As mães entrevistadas, quando interrogadas se desligam os seus celulares em algum momento do dia ou da noite como no cinema, teatro, missas, etc, relatam o seguinte:

eu deixo ligado direto. Durante a madrugada, deixo ligado do lado da minha cama. Entretanto, no teatro ou cinema geralmente desligo ou deixo para o silencioso (FERREIRA, 2006).

(...) em cinema, teatro, sala de aula, lugares onde atrapalho, eu deixo pra vibrar (...) Pra falar a verdade, até pra dormir eu esqueço de desligar (...) Esqueço não, eu não tenho o hábito de desligar. Tá sempre ligado, 24 horas (FERREIRA, 2006).

desligado. [Direto?] Quando eu chego em casa ele desliga para descansar a bateria. (...) Quando elas (filhas) não estão em casa à noite. Bom, se eu também não tiver, estiver na rua, ele fica ligado. Mas isso no final de semana. Durante a semana raramente eu saio. Então eu também não faço uso dele, porque eu estando em casa tem duas linhas para quem quiser falar (FERREIRA, 2006).

As mulheres entrevistadas, ao serem interrogadas se compartilham o seu celular com alguém, relatam o seguinte:

não costumo emprestar meu celular A não ser que você veja que aquela pessoa tá numa situação desesperada, sei lá. Passou mal no meio da rua, precisa avisar alguém... não sei. Nunca me aconteceu isso, mas talvez emprestasse numa situação dessa (FERREIRA, 2006).

eu emprestaria meu aparelho. Só acontece assim, se a pessoa está sem o celular ali na mão, esqueceu: ah eu preciso falar, por favor, me empresta?. Aí, tudo bem, mas isso é raríssimo (FERREIRA, 2006).

[emprestaria o celular apenas] (...) se minhas filhas ou meu marido estivessem precisando mais do que eu. [Ainda assim em situações especiais:] a Camila foi numa festa, aí eu emprestava pra se caso ela precisasse de alguma coisa. Mas também era só nessas situações. Emprestar por nada eu não emprestava não. Eu precisava dele (FERREIRA, 2006).

[emprestaria meu aparelho] Só pra parente, para as minhas filhas. Pra estranho não. Eu confio nelas, agora estranho eu não sei pra onde vai ligar e depois vem à conta pra mim, podem sumir com ele ou quebrar meu celular (FERREIRA, 2006).

em virtude de minha profissão, não emprestaria meu celular de maneira nenhuma! (...) Porque não tem sentido emprestar meu celular pra ninguém, se eu, que é um objeto meu de trabalho (FERREIRA, 2006).

As mães relatam que, se tivessem seus aparelhos celulares roubados, perdidos, providenciariam outro “*o mais rápido possível*”: “Depois que a gente se acostuma é muito difícil ficar sem celular” (FERREIRA, 2006).

Na pesquisa realizada com as mães de faixa etária entre 40 e 60 anos, é possível perceber que, por terem vivenciado uma época em que os celulares não eram tão presentes no seu dia-a-dia, muitas mães relatam ainda fazerem o uso do telefone fixo para falar com as amigas, familiares e conhecidos: “para baterem papo todas dizem preferir fazê-lo do telefone fixo de casa que é mais confortável, barato e menos intrusivo – *longe de estranhos*” (FERREIRA, 2006, itálico adicionado). Vejamos o depoimento.

(...) Emergência, celular; fixo, conversa natural. (...) Alguma coisa que queira falar rápido, né?! Eu quero resolver agora alguma coisa, antigamente ia tudo para os fixos, né?! Hoje em dia a emergência vai pro celular (FERREIRA, 2006).

Assim, de acordo com os estudos presentes neste capítulo sobre a relação do sujeito com os novos meios tecnológicos “celulares”, é possível observar a multiplicidade das vozes sociais sobre o uso dos celulares. Através das reproduções dos depoimentos presentes nas pesquisas realizadas por Nicolaci-da-Costa (2004a e 2004b) e por Ferreira (2006), visualizamos as alterações ocorridas na vida do homem contemporâneo com o uso dos celulares. Algumas dessas alterações foram identificadas, segundo Nicolaci-da-Costa (2004a e 2004b), nos depoimentos dos jovens, sendo elas: com o uso dos celulares, recebendo e fazendo ligações a qualquer hora, os jovens adquiriram autonomia e liberdade no ir e vir, já que podem ser encontrados por seus pais e amigos em qualquer lugar e a qualquer hora.

Outra importante alteração trazida com o uso dos celulares identificada nos depoimentos é a sensação de segurança que o celular proporciona, podendo a qualquer hora do dia e da noite, em qualquer situação, recorrer a alguém, nunca estando sozinho, já que os celulares são vistos como companheiros pelos jovens.

Por outro lado, a pesquisa, em seu conjunto, revela que gerações diferentes (jovens/mães) apresentam valores diferentes em relação a esse produto tecnológico: para uma, ele é um companheiro de todas as horas; para outra, é um objeto que pode ser invasivo, portanto é usado com parcimônia, podendo tirar a privacidade.

Assim, pode-se dizer a partir dos resultados da pesquisa realizada por Nicolaci-da-Costa (2004a e 2004b) e por Ferreira (2006), que a estabilidade encontrada no século XXI foi

deixada para trás, sendo substituída pela mobilidade, flexibilidade, fluidez dos movimentos, pela ruptura de fronteiras e barreiras gerada, em parte, pela telefonia celular, que altera hábitos e valores, mas que, ainda, encontra resistência na voz de uma geração que conheceu “as fronteiras”, por exemplo, da privacidade e ainda as valoriza.

3. DISCURSOS EM CONFLITO NA CAMPANHA “VIVER SEM FRONTEIRAS”

A Telecom Itália Móvil - Tim foi fundada na Itália em 14 de junho de 1995, nascendo de uma separação parcial da Padrão GSM (Global System Móvil).

A Tim começou a atuar no Brasil em 1998, sendo controlada pelo grupo Telecom Itália Móvil. O grupo acompanhou as tendências do mercado de telecomunicações, atuando em 18 países: Áustria, Croácia, Eslovênia, Espanha, França, Itália, Liechtenstein, República Tcheca, Sérvia, Turquia, Argentina, Bolívia, Chile, Paraguai, Peru e Venezuela, oferecendo seus serviços a mais de 500 milhões de clientes.

No Brasil, a empresa se consolidou em 1998 com o lançamento do serviço TDMA (Time Division Multiple Access) no estado da Bahia, expandindo seu serviço para outros dez estados das regiões Sul, Sudeste e Nordeste. Em 2001, adquiriu novas licenças, operando em todos os demais estados do Brasil. Em outubro de 2002, lançou o serviço GSM (Global System for Móvil) com pioneirismo no Distrito Federal e em todo o Centro-oeste, levando a tecnologia para o estado de São Paulo e Rio Grande do Sul.

No site da empresa, são destacadas algumas iniciativas apontadas como pioneiras no mercado:³ o lançamento do serviço de mensagem multimídia do Brasil em outubro de 2002; o “Tim foto mensagem”, que permite o envio de fotos, sons de um celular para o outro; o “Tim vídeo mensagem”, pioneiro no Brasil, usado para a gravação e envio de vídeos sonoros para endereços de e-mails e de um celular para o outro; o lançamento da rede EDGE, a banda larga da telefonia móvel no Brasil, em julho de 2004, já disponível em Salvador, Recife, Fortaleza, Florianópolis, Curitiba, Belo Horizonte, São Paulo e na regiões metropolitanas do Rio de Janeiro; e mais recentemente lançou o BlackBerry, dirigido a pequenas e médias empresas e a clientes individuais.

A Tim foi a primeira operadora móvel a atuar em todos os estados brasileiros, o que se relaciona com o seu *slogan* “Viver sem fronteiras”. Ela, segundo texto-apresentação presente no site da empresa, possui a maior cobertura GSM em telefonia móvel do Brasil, sendo líder em GSM na América do Sul.

A operadora também investiu em serviços sociais prestados à sociedade brasileira com programas de responsabilidade social, o que, segundo a empresa, incentivou o crescimento

³ Disponível em http://www.tim.com.br/portal/site/PortalWeb/menuitem.d0aed6a153bddd149b4820ec703016a0/?vgnnextoid=911d6b84139e0110VgnVCM100000a22e700aRCRD&wfe_pweb_area=64&wfe_pweb_estado=26 &. Acesso em 03 de fevereiro de 2009.

das comunidades nas quais atua. Um exemplo desses serviços é o projeto Tim Música nas escolas, criado em 2003, que atende cerca de 20 mil alunos de escolas da rede pública.

A Tim ainda criou o Prêmio Tim Música e Tim Festival. Ambos os projetos, segundo a empresa de telefonia, por meio de um rigoroso processo de seleção, reconhece e valoriza a produção musical brasileira, em diversas categorias, com homenagens a grandes músicos em cerimônias de premiações.

Desde sua vinda para o Brasil, a Tim veiculou uma série de peças publicitárias pertencentes a uma única campanha que tem por slogan “Viver sem fronteiras”. Em todas as peças, se visualizam cenas dos mais diversos lugares, produzindo o sentido de que a Tim está presente em todos os estados brasileiros. Tomamos como exemplo: As peças publicitárias “Tim GSM”, “Tim, viver sem fronteiras” e “Tim Brasil”.

Analisamos neste capítulo duas peças publicitárias veiculadas na revista *Veja*, uma em 12 de abril de 2000 e a outra em 16 de fevereiro de 2005; uma peça impressa, colhida na internet em 12 de março de 2007; cinco panfletos divulgados pela Tim entre abril a dezembro de 2007; e três vídeos veiculados nas mídias entre 2000 e 2008. Ao todo são analisadas onze peças publicitárias (anúncios impressos, panfletos, vídeos) veiculadas entre o ano de 2000 e 2008, todas vinculadas à campanha que tem por *slogan* “Viver sem fronteiras”.

3.1 O cronotopo dominante em imagens veiculadas em peças da campanha “Viver sem fronteiras”

Neste item, analisamos os aspectos não-verbais das peças que compõem o *corpus* considerando as representações de tempo e espaço que constroem. A análise visa a refletir sobre a produção de sentido nessas peças através do *cronotopo* produzido; no item seguinte, este é relacionado às vozes sociais que são mobilizadas na campanha.

No vídeo “Aves” (Anexo C/ Figura 1)⁴, visualiza-se uma quantidade grande de aves sobrevoando, no mesmo sentido, uma paisagem que mescla predominantemente florestas, rios e céu ora aberto, ora nublado. Essa natureza representada, ao final do vídeo, ganha as cores verde e amarela, que dividem a tela ao fundo. Um único pássaro direciona os outros e este, no final da animação, é substituído por outro que assume a liderança.

⁴ Em anexo, encontra-se a seqüência de imagens que compõem os vídeos. Optamos por incluir também, no corpo do texto desta dissertação, algumas dessas imagens, ampliadas, para melhor compreensão da análise.

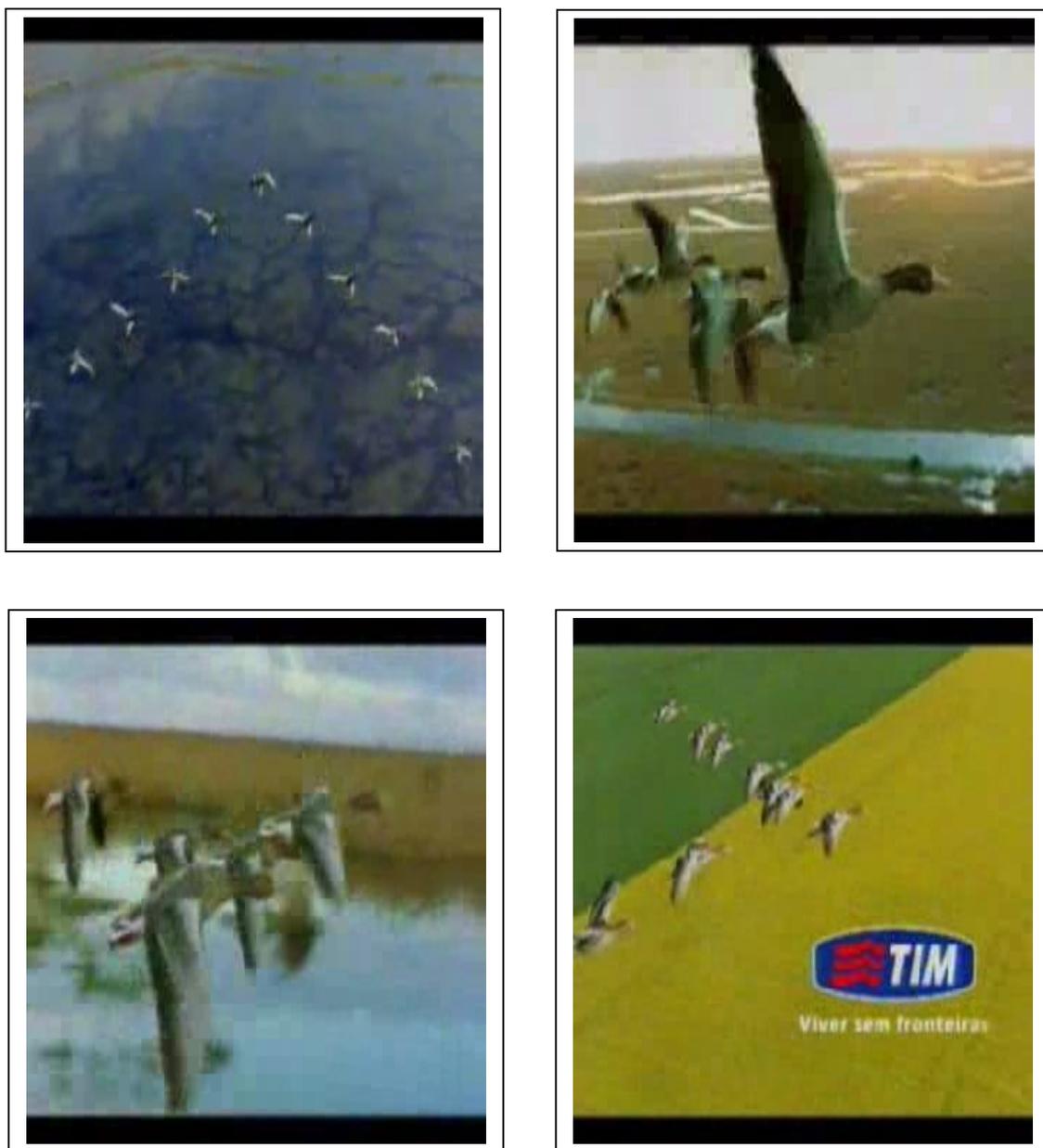


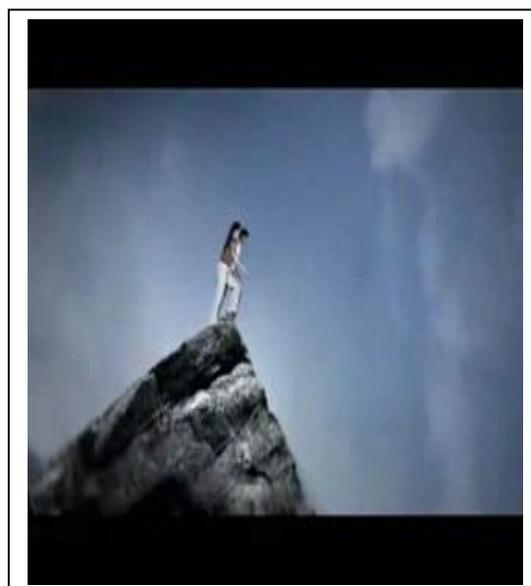
Figura 1: Vídeo “Aves”

Fonte: Vídeo Aves. Disponível em: <<http://br.youtube.com/watch?v=9pEG1XNyKn88&mode=related&search>>. Acesso em 24 de mai. 2007.

O cronotopo mobilizado por essas imagens remete ao espaço/tempo da amplidão/liberdade compartilhada – o espaço aberto da natureza, o vôo conjunto dos pássaros por sobre o espaço amplo. Mas as imagens também mobilizam o efeito de sentido da superação, da competição, do individualismo, em que a realidade se modifica a depender do esforço pessoal de cada um. Esse segundo efeito de sentido encontra respaldo na realidade do

sujeito contemporâneo, tendo em vista que este está inserido em um tempo/espaço de opressão – devido às correrias do dia-a-dia na tentativa de suprir as exigências do mercado de trabalho. Já o cronotopo parece remeter a um espaço/tempo idealizado por esse sujeito.

No vídeo “Rochas” (Anexo B/ Figura 2) da operadora de celulares Tim, mobiliza-se novamente o mesmo cronotopo da amplidão/liberdade compartilhada – visualiza-se uma região rochosa e desabitada (um espaço amplo) e o céu azul com algumas nuvens. Um casal compartilha essa amplidão/liberdade: aparece a imagem de um homem e uma mulher, jovens, correndo em câmara lenta, com movimentos leves e pausados, no sentido horizontal em cima de uma das rochas. A mulher está correndo um pouco mais à frente e o homem vem logo atrás dela. A mulher estica a sua mão esquerda para trás, unindo-a com a mão direita do homem, e ambos continuam correndo até chegarem ao fim da rocha. Ao chegar, o casal olha para baixo, visualiza a altura em que está e eles olham um para o outro. No momento em que os personagens olham para baixo, o sentido vertical da altura da rocha modifica-se para o sentido horizontal. O casal permanece junto, de mãos dadas; eles dão alguns passos pausados, olham um para o outro sorrindo e, em seguida, de mãos dadas, continuam correndo no sentido horizontal. Ao final do vídeo, a câmara se afasta e dá relevo à amplidão do espaço compartilhado pelos dois personagens.



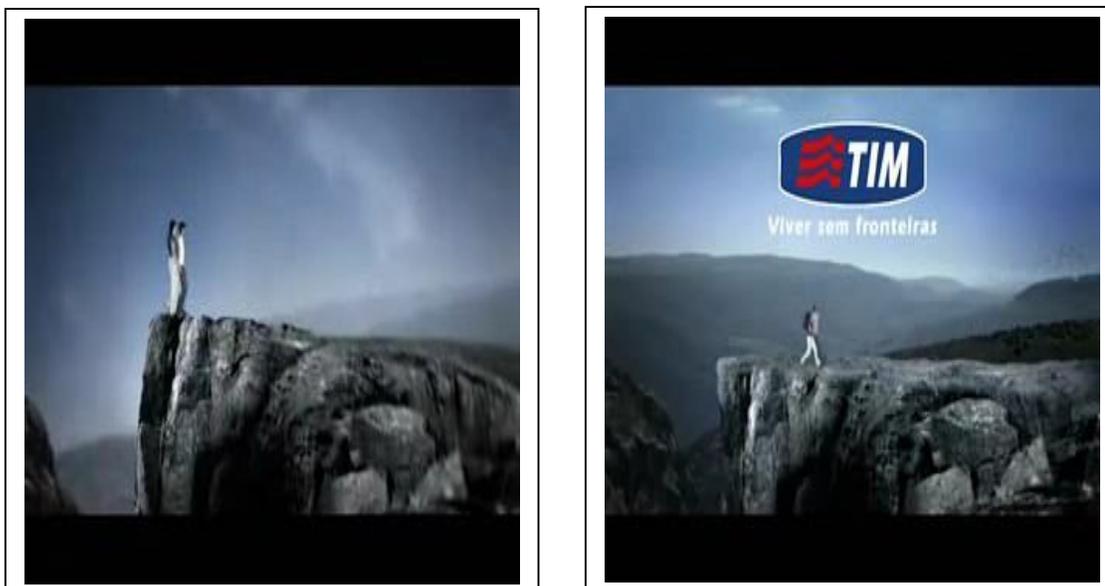


Figura 2: Vídeo “Rochas”

Fonte: Vídeo Rochas. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=1Axz0GoS75G&feature=related>>. Acesso em 30 de jun. 2007.

Interpretando o vídeo “Rochas”, podemos dizer que os personagens presentes na peça publicitária da operadora de celulares Tim representam os sujeitos contemporâneos tal como propostos pelos discursos de sociólogos citados no capítulo 2. Esses sujeitos, segundo o sociólogo Bauman (2001), necessitam de uma fantasia que lhes forneça alguma segurança em uma época tão insegura como a atual. Nesse sentido, a peça em questão constrói imagens idealizadas pelo sujeito contemporâneo. Os personagens do vídeo “Rochas” vivem um tempo/espaço fantástico e distante da realidade vivida pelo sujeito contemporâneo. Eles desfrutam de um espaço onde se tem tempo para contemplar a natureza, a tranqüilidade, a desaceleração dos movimentos. Pode-se dizer, portanto, que a peça em questão, nesse cronotopo mobilizado, dialoga com esse sonho de tranqüilidade que se postula ao sujeito contemporâneo.

Já o vídeo “Água” (Anexo A/ Figura 3) retrata duas imagens ao mesmo tempo distintas, cada uma num plano do filme. A primeira e em primeiro plano mostra uma mulher com movimentos lentos, andando e flutuando, dentro de um aquário, os seus cabelos aparecem armados devido ao movimento da água. Ela segura, com uma das mãos, a boca de um saquinho plástico transparente com água e um peixinho dentro; no decorrer do vídeo, vão aparecendo outros personagens, sendo que estes também estão dentro do aquário ou numa cidade construída embaixo d’água. Os movimentos de todos os personagens são tranqüilos,

morosos, desacelerados. A segunda imagem está em segundo plano e, por isso, é menos visível, clara, mas é identificável: apresenta personagens com movimentos mais acelerados, rápidos, subentendendo-se que estariam em um outro espaço/tempo. Nesse caso, em um espaço aparentemente diferente dos outros vídeos, já que urbano e com a presença de vários personagens que não compartilham ações, tem-se também a referência à natureza pela presença do peixe e da água, que envolve o mundo e o transforma. Nesse caso, o tempo ainda é o da desaceleração e da fantasia, remetendo novamente à voz social do sujeito contemporâneo em busca de escapatória da vida opressiva da pós-modernidade.

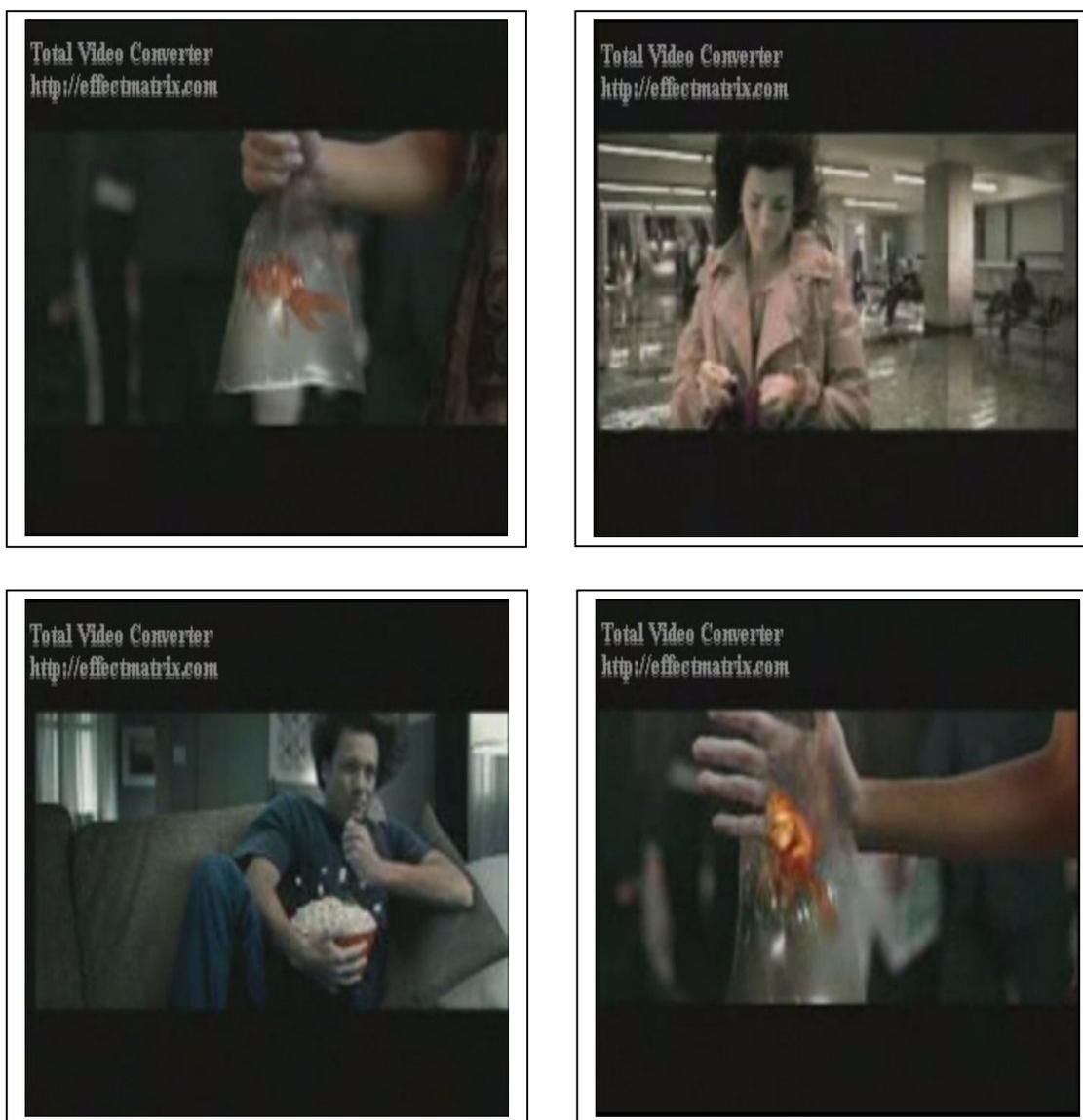


Figura 3: Vídeo “Água”

Fonte: Vídeo Água. Disponível em: <http://effectmatrix.com>. Acesso em 26 de ago. 2007.

Na peça publicitária impressa “Água” (Anexo D/ Figura 4), veiculada na revista *Veja* de 12/04/2000, visualizamos também a imagem de uma mulher mergulhando dentro de um aquário e se transmite igualmente a impressão de que seus movimentos são lentos. Ela segura na mão um saquinho plástico transparente com água e há a imagem de dois peixinhos fora do saquinho, nadando no mesmo aquário em que se encontra a figura da mulher. A mulher em questão parece conviver em harmonia com o ambiente em que se encontra, pois não parece fazer esforço para permanecer nele – ou seja, parece fazer parte dele, imersa na água. Além disso, apresenta na expressão facial contentamento ao fitar para os peixes. A luz invade o ambiente em questão, o que fortalece o efeito de sentido de valores positivos desse ambiente. Outro efeito de sentido que se constrói na imagem é o de libertação, visto que os peixes, presos em um saco plástico, parecem ter sido libertados para a água límpida, o espaço amplo.



Figura 4: Peça impressa “Água”

Fonte: Revista *Veja*. São Paulo, 2000, nº1644, p.16. 12 abr.2000.

Segundo o sociólogo Bauman (2001), na modernidade líquida, ou seja, na sociedade atual em que vivemos, o tempo e o espaço têm sido de realizações imediata e usufruto momentâneo. Afrouxa-se assim, segundo o autor, a relação tempo-espaço. Os novos meios tecnológicos vindos no fluir da modernidade trouxeram a conquista do tempo para primeiro plano. Novos meios de transporte e contatos virtuais, de acordo com o sociólogo, fizeram com que qualquer espaço pudesse ser atingido quase instantaneamente, permitindo o fluxo livre e global de poderes.

Analisando os aspectos não-verbais do vídeo “Água” e da peça impressa em questão, subentendemos que os personagens das imagens mais visíveis do vídeo e os personagens da peça impressa contradizem o tempo e o espaço do sujeito contemporâneo. Os personagens das peças em questão usufruem de um espaço que remete ao descanso, paz, num tempo que goza de tranqüilidade. Um tempo/espaço fantasiado, em que a desaceleração contradiz a vida contemporânea e toca no sonho. Já as imagens não tão visíveis no vídeo se identificam com a realidade do sujeito contemporâneo. Eles vivem num espaço turbulento, que remete à vida urbana, e num tempo acelerado em que o tempo sempre é pouco para realizar as tarefas necessárias no cenário competitivo.

Na peça impressa “Vento” (Anexo E/ Figura 5), veiculada na mídia em 16/02/2005, visualiza-se a imagem de uma mulher dentro de um carro. O rosto da personagem está apoiado em uma das janelas do carro, os seus cabelos aparecem do lado de fora da janela aberta, como se o carro estivesse em movimento e os seus cabelos, voando no lado exterior do carro. Ela está com os olhos fechados, transmitindo a idéia de que esteja dormindo e sonhando com algo que a deixa feliz, o seu semblante é de harmonia, paz, tranqüilidade. A imagem do interior do carro remete aos modelos automotivos antigos e a foto em preto e branco reforça esse efeito de sentido. O segundo plano tem imagens sem distinção de contornos, o que dá maior destaque ainda ao primeiro plano, sugerindo que a mulher esteja sozinha no mundo e que não há nada além dela. Seus cabelos confundem-se com o logotipo da empresa, produzindo um efeito de identificação entre personagem/usuário da TIM e marca. Esse logotipo, em vermelho, destaca-se na peça em preto e branco.



Figura 5: Peça impressa “Vento”

Fonte: Revista Veja. São Paulo, 2005, nº1892, p.16 e 17.16 fev.2005.

Analisando os aspectos não-verbais dessa peça, pode-se dizer que as imagens dialogam com os depoimentos dos jovens coletados na pesquisa realizada por Nicolaci-da-Costa (2004b). Os jovens, segundo a pesquisa, sentem medo de ficarem sozinhos e por esse motivo estão a todo momento se relacionando com o outro – o celular é um instrumento que possibilita essa socialização ilimitada. Em oposição a esse estar rodeado por todos, subentende-se que a personagem da peça da operadora de celular Tim busca o refúgio, o estar a sós, a tranquilidade. Mas, ao se considerar a presença do logotipo em estreita sintonia com a personagem, remete-se ao discurso desses jovens de que o celular os acompanha sempre e lhes dá a segurança em um mundo de violência e insegurança. Temos, já no espaço/tempo mobilizado na peça, a síntese entre a presença e a ausência, a socialização e a tranquilidade, a opressão e a liberdade, o passado e o presente.

A peça impressa “Relógio” (Anexo F/ Figura 6), analisada a seguir, foi retirada da internet e divulgada pela agência New Lara em 12/03/2007. Nela, mobiliza-se um cronotopo tipicamente urbano: a rua/avenida asfaltada e arborizada de uma cidade com prédios altos. Esse cronotopo, em segundo plano, é apresentado predominantemente no tom cinza (prédios, asfalto e árvores) e azul claro. Em primeiro plano, há a imagem do visor de um relógio redondo, como se estivesse desenhado no meio da avenida/cidade. O relógio marca que faltam seis minutos para as oito horas, reforçando o cronotopo urbano/contemporâneo da rotina vivida pelo homem nesse espaço: as atividades de trabalho iniciam-se, normalmente, após esse horário. No fundo da imagem do relógio, visualiza-se a figura de um homem vestido de terno e gravata em cima de um skate, dividido entre o escritório e o lazer. No espaço entre os dois ponteiros do relógio, aparece a imagem de um escritório, no qual aparece o braço e a mão da personagem vestindo terno e segurando um celular. Todo o resto da área do círculo é tomado pela imagem do homem sobre o skate: sua posição faz com que interpretemos que ele esteja aproveitando alguns minutos livres, antes de ir para o trabalho, para praticar o esporte do seu gosto, mesmo estando com roupas impróprias.



Figura 6: “Relógio”

Fonte: Disponível em: http://br.youtube.com/watch?v=S8EzEosLf_88mode=related&search. Acesso em 12 de mar. 2007.

O não-verbal representa um sujeito fragmentado, múltiplo, comprometido de um lado com o trabalho, que, por sua vez se insere em uma situação política capitalista que faz ver nos novos meios tecnológicos a única alternativa para a construção de uma sociedade eficiente, mas que se refugia, segundo Bauman (2001), nos sonhos, nos desejos de se obter uma vida longe da correria do dia-a-dia. Novamente, temos o cronotopo da amplidão e da liberdade (considerando-se a avenida como o espaço aberto das grandes cidades) e o cronotopo da opressão materializados na campanha.

Pode-se dizer que a personagem dessa peça publicitária da Tim se identifica com muitos dos jovens entrevistados por Nicolaci-da-Costa (2004b). A personagem segura com a sua mão direita um aparelho de celular – produz-se o efeito de sentido de que se trata de uma peça indispensável na rotina diária dos sujeitos.

Analisemos, para finalizar este item, “*Folders*” distribuídos nas lojas revendedoras de celulares Tim entre abril e dezembro de 2006.

No *Folder 1*, há um adulto do sexo masculino soltando pipa com um menino à beira-mar (com águas sem ondas) ou nas margens de um rio com água calmas. Investe-se no prazer desfrutado em família em cenário natural, em que os interesses da criança são compartilhados pelo adulto em momento de lazer e descontração. Ambos vestem bermudas e camisetas e estão com os pés imersos nas águas limpas e rasas, o que confirma o efeito de sentido de ambiente de descontração. As cores predominantes são o azul e o verde claros. É preciso destacar ainda a luminosidade que invade a peça, fazendo também predominar o branco. Em vermelho, remetendo ao logotipo da empresa, está o rabo da pipa ao vento.

No segundo *Folder*, visualiza-se a imagem de três borboletas com tamanhos diferentes sobrevoando o campo ou uma plantação de flores. As imagens remetem a tranquilidade do campo, do estar em contato com a natureza. Os tons predominantes são o vermelho e o preto das borboletas, e o azul do céu e o verde das flores. Assim como no *Folder 1* destacamos a luminosidade na peça. A cor vermelha das borboletas remete ao logotipo da Tim.

No *Folder 3*, há a imagem de três barcos navegando no mar (com águas mansa) ou em um rio. O cenário investe no lazer, no praticar esporte, na competição. As cores predominantes são o vermelho, o branco e o verde claro, visto que o vermelho refere-se ao logotipo.

No *Folder 4*, há a imagem de um menino brincando com alguns aviões vermelhos, feitos de papel. Investe-se na infância, nas brincadeiras de crianças ao ar livre (na rua, no

campo, nos clubes). Nesse *folder* a luminosidade se destaca, e a cor vermelha dos aviões e das listras da camiseta do menino estão em sintonia com o logotipo da Tim.

E no último *Folder*, encontra-se a imagem de uma mulher sorridente sentada em uma área verde, contemplando a natureza, observando três pára-quadras sobrevoando.



Figura 7: "Folders"

Fonte: Tim revendedoras. Adquiridos em 14 de jun. 2007.

Subentendemos que as cenas apresentadas em todos os *folders* descrevem as particularidades almeçadas e sonhadas pelos sujeitos contemporâneos em seu dia-a-dia. Nelas

visualiza-se um tempo e um espaço que contradizem a correria e a aceleração dos movimentos presentes nos dias atuais. O cronotopo dos *folders*, como nas peças anteriores, é o da amplidão/liberdade, do espaço natural, da desaceleração. Ele remete ao lazer, ao prazer da brincadeira, do esporte e da contemplação.

Procuramos mostrar, nas peças publicitárias, que as categorias de tempo e espaço (cronotopo) são elementos indissolúveis e geradores de sentido dos discursos analisados.

Finalizando as análises do cronotopo dos enunciados não-verbais das peças em questão, subentende-se que o autor desses enunciados já pressupõe um destinatário e as suas necessidades. Assim, podemos afirmar que as peças da Tim manifestam um projeto de dizer que busca, com o cronotopo produzido, levar ao seu destinatário um mundo sonhado e almejado por ele. As peças dialogam com um sujeito que vive em um mundo turbulento, mas que busca a tranquilidade.

Os enunciados dialogam, portanto, com a voz social identificada nos depoimentos colhidos por Nicolaci-da-Costa (2004b) junto aos jovens usuários de celulares e com a voz social, a qual circula na esfera de comunicação da mídia e da ciência, que considera os sujeitos pós-modernos como aqueles que vivenciam um tempo acelerado, fluído, em meio às agitações do dia-a-dia, com um espaço turbulento com transformações proporcionadas pelos meios tecnológicos (BAUMAN, 1997).

3.2 Heterogeneidade discursiva nas peças da TIM: discursos em conflito

A seguir analisamos os enunciados verbais em relação aos não-verbais das peças publicitárias selecionadas. Iniciamos nossa análise com o vídeo “Água” (Anexo A/ Figura 3) e com a peça impressa “Água” (Anexo D/ Figura 4).

Nessas peças, percebe-se que as imagens com movimentos lentos (na peça impressa, o movimento é suposto em nossa interpretação da disposição da imagem na página) estão em harmonia com os enunciados verbais que criticam o mundo da pressa (“Desacelere”. “Este é o mundo da pressa”; “Quanto mais novidades aparecem mais as pessoas correm”), mas estão em confronto com outros enunciados verbais que recomendam o uso do celular: “A Tim, que é líder na tecnologia GSM, recomenda: use o celular a se favor”. “Use a nossa tecnologia para viver melhor”.

Os enunciados não-verbais, como vimos, reforçam um discurso que vem de um lugar social (que critica o tempo e o cenário típicos da vida contemporânea, o que pressupõe uma crítica aos meios tecnológicos que estão implícitos nas práticas presentes nesse cronotopo),

apesar de esse discurso já carregar consigo uma outra voz que o contradiz, mas, no diálogo que se produz, a primeira voz suplanta a outra. Já alguns enunciados verbais reforçam outro discurso, que procede de outro lugar social. Essa voz, que defende as novas tecnologias, se integra ao mundo da prensa.

Dessa forma, nas peças em questão, temos a heterogeneidade mostrada não-marcada (segundo proposta de Authier-Revuz, 1990) quando o autor se apropria do discurso que critica o desenvolvimento tecnológico (nos enunciados verbais e não-verbais) e o alia ao “mundo da prensa”, mas ao mesmo tempo recomenda o uso da tecnologia dos celulares Tim. Assim, encontram-se nas peças valores ideológicos em conflito acerca da importância da tecnologia na vida do homem contemporâneo. O autor, na construção do acabamento dos enunciados que são essas peças, produz um discurso de limiar – entre um mundo e outro, entre um desejo e outro.

No que diz respeito à relação entre essas vozes sociais e a produção de identidade nas peças analisadas, podemos observar que tanto o discurso não-verbal quanto o verbal, em relação um com o outro, constroem para o enunciador e para o destinatário uma identidade contraditória. Nas peças publicitárias da Tim, o enunciador se coloca no lugar do sujeito contemporâneo que deseja tranquilidade, desaceleração, uma vida em contato com a natureza, longe da realidade urbana vivida pela maioria dos destinatários. A enunciação dos anúncios publicitários da Tim, pode-se dizer, dialoga diretamente com o contexto histórico atual, o que lhe caracteriza uma interação específica com os destinatários: o eu e o outro se identificam, aproximam-se por compartilhar sonhos e desejos. A enunciação direta para o destinatário imediato faz circular discursos que constituem o homem contemporâneo.

A respeito do cronotopo dominante nessas peças, vejamos: o tempo presente em alguns enunciados verbais é o tempo das transformações incessantes e inevitáveis, da modernidade, da tecnologia, da correria do dia-a-dia. Mas, em ambas as peças publicitárias da operadora de celulares Tim, são apresentadas as imagens das personagens com movimentos lentos, pausados, o que é contraditório com o tempo construído nos enunciados verbais. No vídeo “Água” esses movimentos são mais visíveis. Vários personagens andam pelas ruas, estão a caminho do trabalho, realizam suas atividades pausadamente dentro de um aquário ou em um novo mundo construído embaixo d’água. Portanto, linguagem verbal e não-verbal, em relação, produzem um efeito de sentido de contradição, o que, dessa forma, representa o sujeito contemporâneo.

Vejamos outro caso de discurso contraditório: na peça impressa “Vento” (Anexo E/ Figura 5), encontram-se os seguintes enunciados verbais: “Com a Tim você nunca está

sozinho”. “Tim, a maior cobertura GSM do Brasil”. “Tim, viver sem fronteiras”. Analisando os enunciados verbais e as imagens presentes nessa peça publicitária, percebe-se que a imagem da mulher com o semblante de tranqüilidade está em desarmonia com os enunciados: “Com a Tim você nunca está sozinho”, “Tim, a maior cobertura GSM do Brasil”. “Tim, viver sem fronteiras”. A contradição presente é que é impossível que a mulher mantenha-se em tranqüilidade, descansando, já que a Tim está sempre presente, ou seja, o celular permite que qualquer um possa entrar em contato com a personagem que descansa. As imagens, como vimos, reforçam um discurso que vem de um lugar social (que busca a vida tranqüila, longe das agitações), e o enunciado verbal reforça um discurso que procede de outro lugar social: de onde se busca a vida agitada, a interação com o outro, o contato permanente com o outro. Assim, na peça “Vento”, temos a heterogeneidade mostrada não marcada quando o enunciador se apropria do enunciado verbal enunciando “Você nunca está sozinho” e, ao mesmo tempo, o não-verbal traz a imagem de uma mulher que busca a tranqüilidade, a fuga do mundo agitado.

Mas a relação entre esses enunciados pode ser interpretada de outra forma: se compreender que, ao se enunciar, “Com a Tim você nunca está sozinho”, se produz no destinatário a tranqüilidade de poder recorrer aos outros quando se precisa, a contradição se desfaz e se combinam o “não estar sozinho” com o bem-estar da tranqüilidade. Nesse caso, pode-se dizer que a peça dialoga com a voz social percebida nos depoimentos dos jovens colhidos na pesquisa realizada por Nicolaci-da-Costa (2004a, 2004b). Os jovens, como vimos, em seus depoimentos relatam terem medo de não poderem se comunicar, buscando sempre estar em contato com o outro, já que esse contato lhe transmite segurança, tranqüilidade de poder sempre contar com alguém (por exemplo, em situações de perigo).

A seguir listamos alguns depoimentos presentes na pesquisa em questão que traduzem esse sentimento do jovem contemporâneo:

É o principal meio de comunicação [rindo]. Eu me sinto, assim, hoje em dia, segura, e se eu sair de casa sem o celular eu fico, assim, se eu tiver sem o celular e precisar falar com alguém "como é que eu vou fazer?". (...) A dependência é tão grande que você acha que você tem que estar com ele todo momento (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

Não consigo sair de casa, eu não fico sem celular, parece que eu tô sem calcinha, sem cabeça. Se eu sair sem celular, eu dou um jeito, volto. Ficar sem bateria é um desespero porque, ao mesmo tempo que eu quero falar com as pessoas, as pessoas querem falar comigo. Se não conseguirem, ficam nervosas. "Onde é que você tá?" Então, é imprescindível (...) Vicia, faz parte do corpo quase (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

... pensando nele [celular] hoje em dia na minha vida ... eu acho que eu vejo talvez até como, inventando uma palavra, até como companheiro. [Risos] É engraçado, tipo, tô sem ter o que fazer, vou aproveitar pra fazer aquelas ligações, ou vou jogar aquele joguinho que tem no celular, ou enfim, vou mandar uma mensagem de texto (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

... eu moro muito longe de onde eu estudo, de onde eu trabalho. Meus pais já se preocuparam muito com a minha demora, com o trânsito, violência. É para mim uma segurança, é de eu estar de repente num carro e acontecer alguma coisa e eu ter a quem chamar... É uma segurança (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

... não gosto muito de celular, de carregar, é importante, mas é meio chato. [Por que é importante?] Para a minha segurança... é sempre importante ter um celular na mão para o que der e vier (NICOLACI-DA-COSTA, 2004b).

100% das vezes que eu tô na rua e recebo ligação de madrugada é o pessoal que tá comigo na rua. Tipo, assim, às vezes saem três carros aí um se perde do outro "ah, onde você tá?", ou então marca comigo na porta do cinema meia noite, aí me ligam e falam "já cheguei", entendeu. Ou então "olha só, a gente não gostou daqui, não, porque aqui tá vazio. A gente tá indo lá pro bar não sei das quantas (NICOLACI-DA-COSTA, 2004a).

Comparando as duas interpretações para a presença de vozes na peça em questão, pode-se dizer no, no primeiro sentido, tranqüilidade significa estar a sós, em silêncio, longe da agitação, o que não é proporcionado com o uso dos celulares, já no segundo, tranqüilidade é estar acompanhado sempre, mesmo que virtualmente, estar com o outro quando se deseja, o que se adquire com o uso dos celulares.

Na peça analisada, podemos dizer que se constrói para os sujeitos envolvidos no processo enunciativo uma identidade contraditória. A imagem da mulher, acrescida da imagem em preto e branco do carro (que mobiliza um cronotopo, como dissemos, que nos remete a um mundo passado), está em contradição com os enunciados verbais, que traduzem a realidade contemporânea. Na peça em questão, o cronotopo do carro e, por metonímia, da estrada, sugere que o sujeito, com o uso do celular, passa por um processo de transformação: das práticas antigas, às novas; da solidão, para a presença onipresente do outro. Na sociedade contemporânea, o sujeito está (inclusive através do celular) a todo momento interagindo com o outro: seja para solucionar ou compartilhar problemas, seja para trocar pequenas informações corriqueiras mais importantes, seja para vigiar o outro.

A contradição também se materializa na peça impressa “Relógio” (Anexo F/ Figura 6). Dela, destacamos os seguintes enunciados verbais: “Trabalhar melhor é viver melhor”. “Tim. Use a nossa inovação para trabalhar melhor”. Pode-se dizer que o enunciado verbal é contraditório com a imagem, temos na peça a heterogeneidade mostrada não-marcada: a voz do locutor que enuncia que “trabalhar melhor” é “viver melhor” contradiz a imagem da personagem que busca alguns minutos de prazer, lazer (talvez devido à grande quantidade de

trabalho), a imagem da personagem dividida entre o prazer do esporte radical e a obrigação expressa pela pressa do relógio, pelo ambiente de trabalho. Mobilizam-se, assim, o discurso que reivindica mais liberdade, lazer, e o discurso que elogia o trabalho, o bom desempenho no trabalho devido à concorrência – temos um sujeito pós-moderno dividido entre dois tempos e espaços: o tempo e o espaço do lazer; o tempo e o espaço da obrigação, do labor.

Passemos à análise do vídeo “Rochas” (Anexo B/ Figura 2). Analisando o enunciado “Você pode ir aonde quiser” presente no vídeo, podemos dizer que um efeito de sentido produzido é que o sujeito pós-moderno consumidor, ao fazer uso da tecnologia da operadora de celulares Tim, poderá estar em constante movimento em seu dia-a-dia que a tecnologia da Tim o acompanhará, o apoiará.

No vídeo em questão, também temos a heterogeneidade mostrada não-marcada. Vejamos os enunciados verbais: “Você pode ir onde quiser. A Tim dá cobertura”. “Use a nossa tecnologia para viver melhor”. “Tim viver sem fronteiras”. Esses enunciados remetem a uma voz social que elogia a correria da vida moderna, mas o discurso não-verbal, como vimos no item anterior, remete a outra voz: a da vida na natureza, o do bem-estar distante da vida pós-moderna privilegiadamente urbana. Assim, encontram-se presentes no vídeo duas vozes sociais que se contradizem, a primeira é a do sujeito pós-moderno que é a favor do uso da tecnologia dos telefones celulares estarem em seu dia-a-dia, fazendo parte da sua vida vinte quatro horas por dia suprindo suas necessidades. A outra voz é a que é contra o uso excessivo das novas tecnologias, buscando o refúgio, a tranquilidade.

Analisemos, por fim, o vídeo “Pássaros” (Anexo C/ Figura 1). Encontram-se nele os seguintes enunciados verbais: “Quando os pássaros migram, um deles dá a direção, ele voa na frente, os outros o acompanham, mas isso não é sempre assim, outro pássaro pode tomar o seu lugar, assumir a liderança faz parte da nossa natureza”. “Tim, a qualidade nos fez líder no Brasil”. “Tim, viver sem fronteiras”. Nesses enunciados, produzem-se pelo menos dois efeitos de sentido. O primeiro é o de que esse pássaro que toma a liderança pode ser uma metáfora da tecnologia da Tim, ou seja, na competição entre as operadoras, a Tim é líder por sua qualidade. Assim, ela “assume a liderança” no mercado da telefonia celular. O segundo sentido é que o pássaro que toma a liderança seja tomado como uma metáfora do consumidor. Nessa interpretação, o consumidor da TIM é representado como quem ultrapassa os outros, voa na frente, é líder no que faz. Em ambas as interpretações, o slogan “Viver sem fronteiras” aponta para o sujeito (TIM, consumidor) a qualidade de poder vencer o outro, ultrapassá-lo, porque ele não tem limites (fronteiras).

Assim, encontra-se no vídeo a heterogeneidade mostrada não-marcada quando o enunciador se apropria do discurso verbal, mostrando a competição entre operadoras e consumidores, e as imagens dos pássaros em harmonia sobrevoando um espaço natural, as quais contradizem toda a realidade do sujeito pós-moderno.

Destacamos, finalmente, o enunciado verbal presente nas capas dos *folders* analisados no item anterior: “Use a nossa tecnologia para viver melhor”. Também neste caso tem-se discursos em conflito – o verbal aponta para uma voz social, o não-verbal, para outra. No primeiro caso, tem-se o modo verbal imperativo usado por um enunciador que, com autoridade, “aconselha” o uso da tecnologia. No segundo, enunciados que apontam para a fuga do espaço/tempo criado pela tecnologia – a aceleração, a aglomeração, a falta de lazer.

3.3 O slogan “Viver sem fronteiras”



Figura 8: Logomarca da Tim

Fonte: Disponível em <<http://w.w.w.reservehotelonline.com.br/eventos/tim-festival-2006.asp>> Acesso em 10 dez. 2007.

Segundo Maingueneau (1997), todo *slogan* presume a ausência de um enunciador, tal como ocorre em citações de autoridade. Com a ausência de um enunciador direto, este lugar poder ser ocupado por qualquer enunciador. Nesse aspecto, reside a força argumentativa do *slogan*, que, por sua forma de dialogar com as vozes sociais, mobilizando discursos recorrentes na forma de heterogeneidade mostrada não-marcada, leva o destinatário a se identificar com ele, ocupar o lugar de enunciador desse discurso.

Com o *slogan* “Viver sem fronteiras”, subentende-se que a operadora de celulares Tim busca reunir pessoas das mais diferentes origens, culturas, interesses. O *slogan* propõe uma comunicação ilimitada entre os seres humanos, de um mundo onde não existem fronteiras. Nesse caso, remete-se ao discurso que defende a globalização econômica e cultural, e se enuncia em consonância com ele. Essa voz social faz um elogio ao desenvolvimento

tecnológico e aponta seus benefícios e conseqüências positivas na integração de culturas e etnias, na comunicação sem limites propiciada pelo advento da internet.

Essa voz social, presente no *slogan*, materializa-se em outros enunciados presentes na campanha, como vimos. Entre eles, citemos: “Você pode ir aonde quiser”, “Com a Tim você nunca está sozinho”, “Use a nossa tecnologia para viver melhor”.

Mas o *slogan* “Viver sem fronteiras” define uma ambigüidade mobilizando vozes sociais diferentes.

A segunda voz social também identificada é a de que com, os meios tecnológicos sempre presentes na vida do sujeito contemporâneo, perde-se a privacidade, podendo ser encontrado a qualquer hora do dia e da noite, inclusive em seus momentos de intimidade. Essa voz social está agregada ao valor negativo em relação aos meios tecnológicos.

Destacamos, a respeito dessa questão, a discussão teórica feita sobre o sujeito na sociedade contemporânea presente no Capítulo 1 desta dissertação, especificamente as reflexões de Geraldi (2003), que lembra que o encurtamento de distâncias promovido pela globalização gera ações de reação à tentativa de uniformização, gera busca de raízes e afirmação de identidade cultural. Ou seja: ao mesmo tempo que a globalização econômica e cultural produz integração (pelo menos em certa medida), ela gera atomização, desenraizamento, e é nesse sentido que o sujeito busca preservar fronteiras, na busca do processo de produção de identidade. As diferenças insubmissas, segundo o autor, emergem em contexto que as torna desigualdades.

Para Geraldi (2003), como vimos, a temporalidade contemporânea implica a instabilidade dos sujeitos no processo de “recompreensão” dos eventos vividos e assistidos. No caso desta pesquisa, o sujeito usuário de celulares, na “compreensão responsiva” (como entende Bakhtin, 2003) do *slogan* “Viver sem Fronteiras”, pode reagir como pode fazê-lo na vida e compreender que esse sem fronteiras lhe tira a privacidade, invade em sua intimidade.

O *slogan* da Tim remete aos discursos sociais em conflito acerca do uso dos telefones celulares citados no capítulo dois que compõe este trabalho. Assim pode-se dizer que o *slogan* “Viver sem fronteiras” ajuda a produzir o “acabamento” estético do enunciado que são as peças analisadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concordando com Mikhail Bakhtin, entendemos que a concepção de diálogo está no espaço interlocutivo entre o eu e outro, perpassando todo discurso, repleto de diferentes valores sociais, de acordo com o contexto social em que está inserido.

Por meio das análises de peças publicitárias da Tim, verificamos vozes sociais em conflito em relação ao tempo/espaço da realidade do sujeito contemporâneo sob a égide dos meios tecnológicos, no nosso trabalho especificamente, os aparelhos celulares. A análise nos possibilitou verificar, como propõem os estudos bakhtinianos, que a categoria de tempo e espaço é elemento indissolúvel e gerador de sentido de um texto.

Analisando os enunciados verbais e os não-verbais das peças publicitárias da Tim, concluímos que as imagens, o cenário, os movimentos das personagens das peças analisadas remetem em sua maioria, a vozes sociais em conflito com vozes atualizadas nos enunciados verbais e com a realidade do sujeito contemporâneo.

Os enunciados não-verbais mostram o indivíduo contemplando a natureza, o lazer, a tranqüilidade, a desaceleração. Pode-se dizer que a realidade das personagens das peças em questão é uma realidade fantasiada, sonhada, desejada pela sociedade contemporânea, que vivencia uma outra realidade: a correria do dia-a-dia, a competitividade, o consumismo. Assim, observamos que os enunciados não-verbais, em sua maioria, reforçam um discurso social que busca resgatar a vida tranqüila, a contemplação da natureza, o desfrute, a desaceleração dos movimentos.

Já os enunciados verbais, inclusive o *slogan* “Viver sem fronteiras”, reforçam outro discurso social: a valorização do consumismo, a competição, o ritmo acelerado, ditado pelos meios tecnológicos e valores ideológicos vividos pelo sujeito contemporâneo.

Dessa forma, analisando as peças, observamos que o tempo/espaço atualizado nelas é contraditório. As personagens vivenciam, concomitantemente, um tempo/espaço estável, marcado pela contemplação da natureza, pela tranqüilidade, pelo descanso, pela liberdade, e um cronotopo típico do século XXI: vivencia a instantaneidade, a fluidez, a movimentação do turbulento período pós-moderno.

A instantaneidade do tempo/espaço é identificada também nos depoimentos apresentados por nós no capítulo 2 da presente dissertação através das pesquisas realizadas por Nicolaci-da-Costa (2004a e b) e por Ferreira (2006) – os discursos acerca do uso dos celulares presentes nessas pesquisas são atualizados no nosso *corpus*, inclusive em sua contradição.

Dessa forma, subentende-se que o enunciador dos enunciados verbais e não-verbais presentes nas peças publicitárias da Tim enuncia seus enunciados verbo-visual para um destinatário presumido, o homem contemporâneo, que vive o impasse entre realidade e mundo sonhado. Segundo Brait e Melo (2005), “considerando o destinatário desse enunciado concreto, dessa enunciação”, pode-se dizer que o autor constrói na campanha um sujeito dividido entre duas realidades (real/do sonho). No caso, essa identidade é postulada no destinatário presumido.

O diálogo desses enunciados concretos com o contexto histórico atual possibilita que a campanha “Viver sem fronteiras”, marcada pelo *slogan* da Tim, represente o conflito de vozes sociais acerca do uso dos celulares, construindo e moldando as fluídas identidades para a própria campanha geradas pela flexibilidade, imprevisibilidade dos meios tecnológicos.

Dessa forma, por meio das relações dialógicas materializadas nas peças publicitárias da Tim, o presente estudo nos possibilitou visualizar as vozes sociais em conflito acerca do uso dos celulares que permearam os enunciados verbais e não verbais, a instabilidade no cronotopo das peças e sua relação com o da realidade atual. Podemos dizer que a peças publicitárias analisadas atualizam a construção da identidade do sujeito contemporâneo assumida como uma experimentação infundável.

Este trabalho, além de responder às nossas expectativas sobre a multiplicidade das vozes sociais sobre o uso dos celulares, confirmando parcialmente nossas hipóteses, contribuiu para que entendêssemos melhor as transformações sociais sofridas pelo sujeito contemporâneo com a mobilidade e flexibilidade dos meios tecnológicos – os discursos analisados materializam uma contradição que revela um conflito de vozes que não esperávamos encontrar tão marcado. Assim, o sujeito postulado e produzido discursivamente em nosso *corpus* tem sua identidade marcada por essa contradição. Como a linguagem, segundo acredita Bakhtin, não somente representa a realidade, mas a refrata, sendo composta por signos ideológicos, nossa compreensão responsiva da realidade contemporânea, em resposta aos discursos analisados, também se modificou.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ÁGUA. *Revista Veja*. São Paulo, 2000, nº1644, p.16. 12 abr.2000.

AUTHIER-REVUZ, J. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). *Cadernos de Estudos Lingüísticos*, Unicamp/IEL, Campinas, v.19, p. 25-42, 1990.

_____. Observações no campo do discurso relatado. In: _____. *Palavras Incertas: as não coincidências do dizer*. Trad. Cláudia R. Pfeiffer, Gilead Pereira de Godoi, Luiz Francisco Dias, Maria Onice Payer, Mônica Zoppi-Fontana, Pedro de Souza, Rosângela Morello, Suzy Lagazzi-Rodrigues. Campinas: Unicamp, 1998.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da Criação Verbal*. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

_____. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 2006.

_____. *Questões de literatura e de estética: a teoria do romance*. Trad. Aurora Fornoni Bernardini. 3ed. São Paulo: Ed. da Unesp, 1993. p.349-362.

BAUMAN, Zygmunt. *Identidade*. Entrevista a Benedetto Vecchi. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2005.

_____. *O Mal-Estar da Pós-Modernidade*. Trad. Mauro Gama e Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 1998.

_____. *Modernidade líquida*. Trad. Plínio Dentzien. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2001.

BRAIT, Beth; MELO, Rosineide. Enunciado/enunciado concreto/enunciação. In: Brait, B. (Org.) *Bakhtin: conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005.

CARDOSO, S.H. Barbi. *Discurso e ensino*. Minas Gerais: Faculdade de Letras da UFMG, 1999.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. Trad. Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2006.

FARACO, Carlos A.. *Linguagem e diálogo: as idéias lingüísticas do círculo de Bakhtin*. Curitiba: Criar Edições, 2006.

FERREIRA, Isabelle, B.B. Estamos diante de uma nova revolução? Investigando os impactos psicológicos do uso de celulares multifuncionais. Rio de Janeiro. PUC-RJ, 2006. Disponível em: <<http://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccpg/pibic/relatorioresumo2006/relatorio/CTCH/Psi/Isabelle%20B.%20B%20Ferreira.pdf>> Acesso em 18 jul. 2008.

FIORIN, José Luiz. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2006.

FOLDER. Tim revendedoras. Adquiridos em 14 jun. 2007.

GERALDI, J. Wanderley. *A diferença identifica. A desigualdade deforma. Percursos bakhtinianos de construção ética e estética*. In: FREITAS, Maria Teresa. JOBIM e Souza, Solange. KRAMER, Sônia. (Orgs.) *Ciências humanas e pesquisa: Leituras de Mikhail Bakhtin*. São Paulo: Cortez, 2003.

GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise. O enunciado e o arquivo: Foucault (entre)vistas. In: SARGENTINI, Vanice; BARBOSA, Pedro Navarro. (Orgs.) *Michel Foucault e os domínios da linguagem: discurso, poder, subjetividade*. São Carlos: Claraluz, 2004.

KUMAR, Krishan. *Da sociedade pós-industrial à pós-moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo*. Trad. Cap.I. Carlos Alberto Medeiros. Trad. Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

LOGOMARCA TIM. Disponível em <<http://w.w.w.reservehotelonline.com.br/eventos/tim-festival-2006.asp>> Acesso em 10 dez. 2007.

MAINGUENEAU, Dominique. *Gênese do discurso*. Trad: Sírio Possenti. Curitiba: Criar Edições LTDA., 2005.

_____. *Novas tendências em análise do discurso*. Trad. Freda Indursky. Campinas: Pontes, 1997.

MIOTELO, Valdemir. Ideologia. In: BRAIT, B. (Org.) *Bakhtin: Conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005.

NICOLACI-DA-COSTA, A. M. A passagem interna da modernidade para a pós-modernidade. *Psicologia Ciência e Profissão*. Brasília, v.24, n.1., 2004a. Disponível em <http://pepsic.bvs-psi.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932004000100010&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 15 ago. 2008.

_____. Impactos psicológicos do uso de celulares: uma pesquisa exploratória com jovens brasileiros. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, Brasília, vol. 20, n.2, 2004b. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-37722004000200009&script=sci_pdf&tlng=pt>. Acesso em 12 ago. 2008.

RELÓGIO. Disponível em: <http://br.youtube.com/watch?v=S8EzEoS_Lf_88mode=related&search>. Acesso em 12 mar. 2007.

SCHAWARCZ, L. M. Bauman, um visionário na sociedade da paranóia. O Estado de S. Paulo, São Paulo, 17 fevereiro 2008. Caderno Cultura, s/p.

SOBRAL. Adail. Ato/atividade e evento. BRAIT, B. (Org.) *Bakhtin: Conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005.

TIM EMPRESA: Disponível em <<http://www.nead.unama.br/site/bibdigital/monografias/tim.pdf>>. Acesso em 06 jan. 2007.

TIM EMPRESA: Disponível em < http://www.tim.com.br/portal/site/PortalWeb/menuitem.bcd0f5e79ab784f8714f1010703016a0/?vgnextoid=cb4b21f93fbda010VgnVCM1000000603610aRCRD&wfe_pweb_area=64&wfe_pweb_estado=26&> Acesso em 16 de jan. 2007.

TIM EMPRESA: Disponível em < http://www.tim.com.br/portal/site/PortalWeb/menuitem.4a0256dd13e9eab6ba493d10703016a0/?vgnextoid=833acef45e18c010VgnVCM1000000603610aRCRD&wfe_pweb_area=64&wfe_pweb_estado=26&]> Acesso em 16 de jan. 2007.

VENTO. *Revista Veja*. São Paulo, 2005, n°1892, p.16 e 17.16 fev.2005.

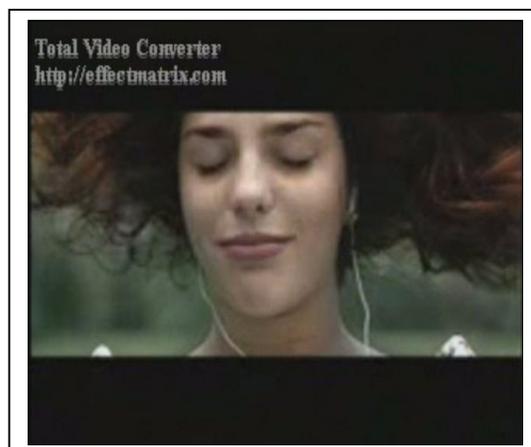
VÍDEO ÁGUA. Disponível em: <http://effectmatrix.com>. Acesso em 26 ago. 2007.

VÍDEO AVES. Disponível em: <http://br.youtube.com/watch?v=9pEG1XNyKn88> mode=related&search. Acesso em 24 mai. 2007.

VÍDEO ROCHAS. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=1Axz0GoS75G> Samp; feature= related. Acesso em 30 jun. 2007.

ANEXOS

Anexo A – Vídeo “Água”

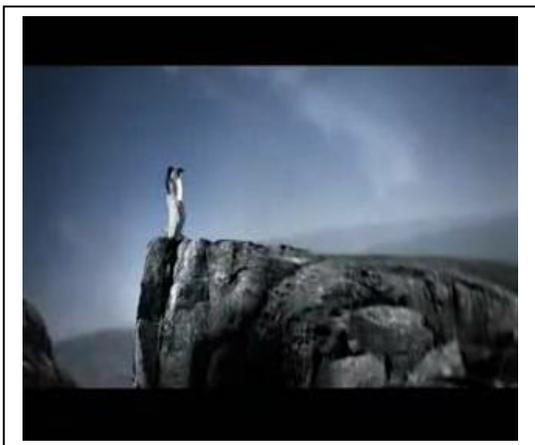
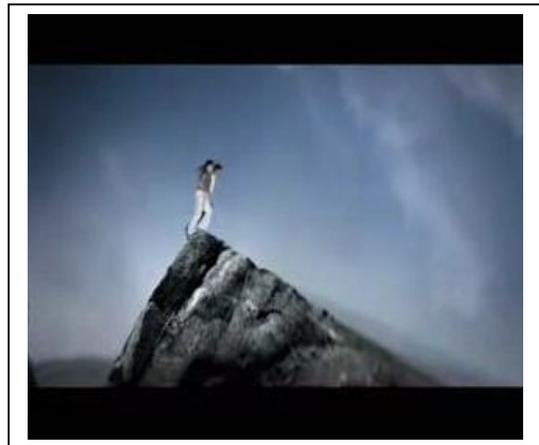






Anexo B – Vídeo “Rochas”

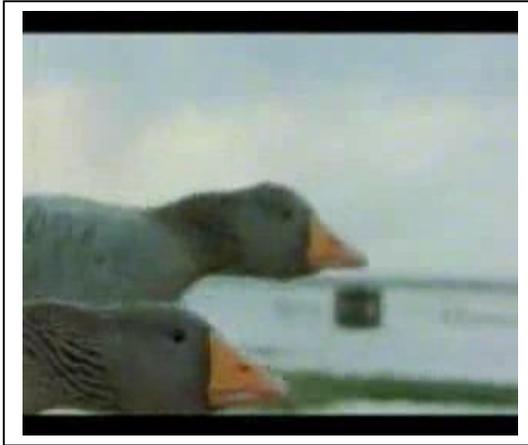






Anexo C – Vídeo “Pássaros”





Anexo D – Peça Impressa “Água”

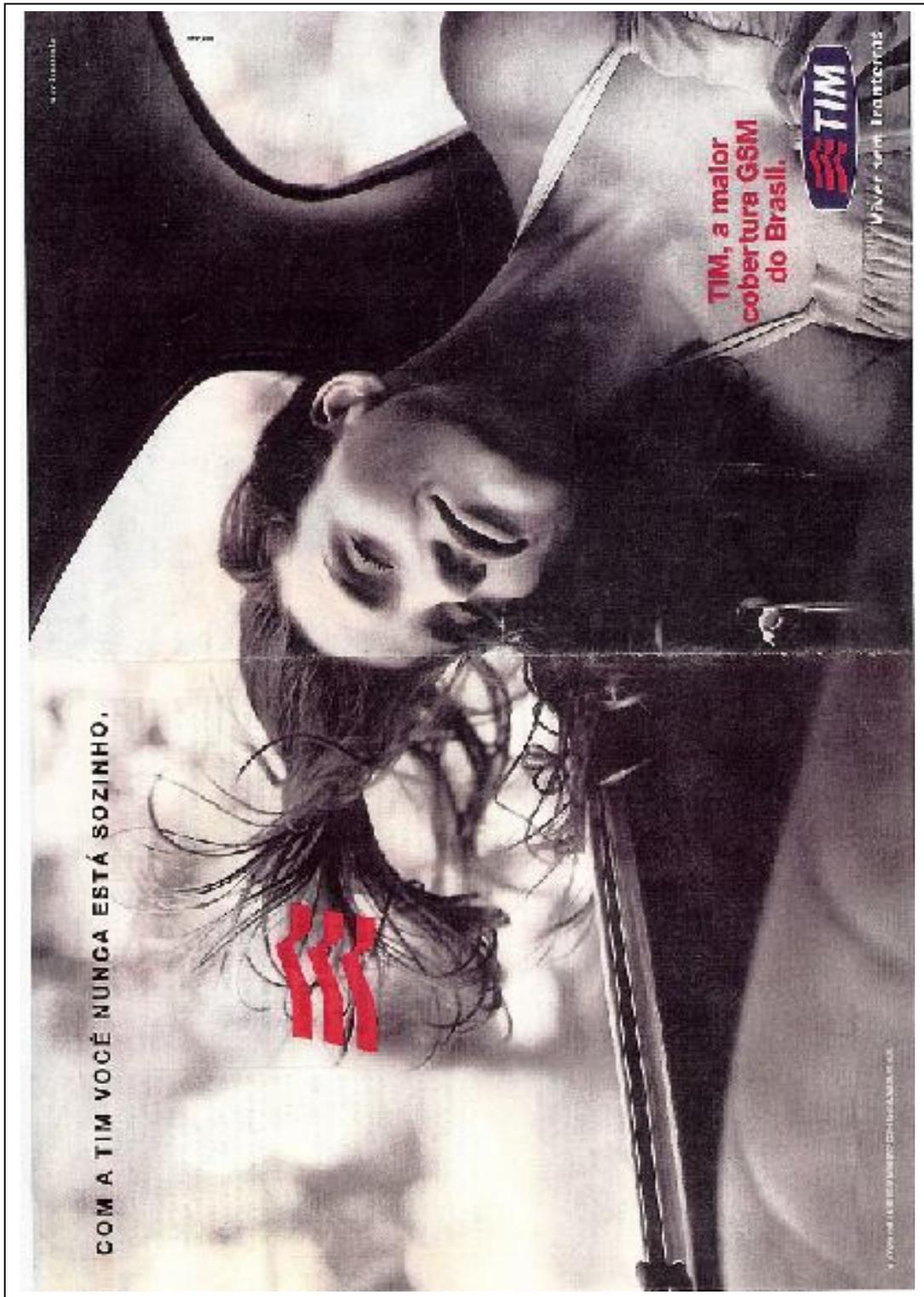
TIM
VIVER SEM PREOCUPAÇÕES

Desacelere.

Este é o mundo da água.
Quando mais você pensa, mais se preocupa.
A TIM, que é líder em tecnologia GSM,
recomenda: use o celular a sua favor.

Use a nossa tecnologia
para viver melhor.

Anexo E – Peça Impressa “Vento”



Anexo F – Peça Impressa “Relógio”

**TRABALHAR MELHOR
É VIVER MELHOR.**

TIM. Use a nossa inovação para trabalhar melhor.

- Pioneira na tecnologia EDGE, que permite tráfego de dados em banda larga.
- Pioneira na solução BlackBerry.
- Pioneira na solução de Internet com modem USB para laptop e desktop.
- Inovadora na forma de economizar nas ligações para fixo, com o TIM Casa Empresarial.

Ligue 0800 741 0041 e agende uma visita do consultor TIM.



Viver sem fronteiras

Anexo G – Folder 1



Planos
Pós-pagos

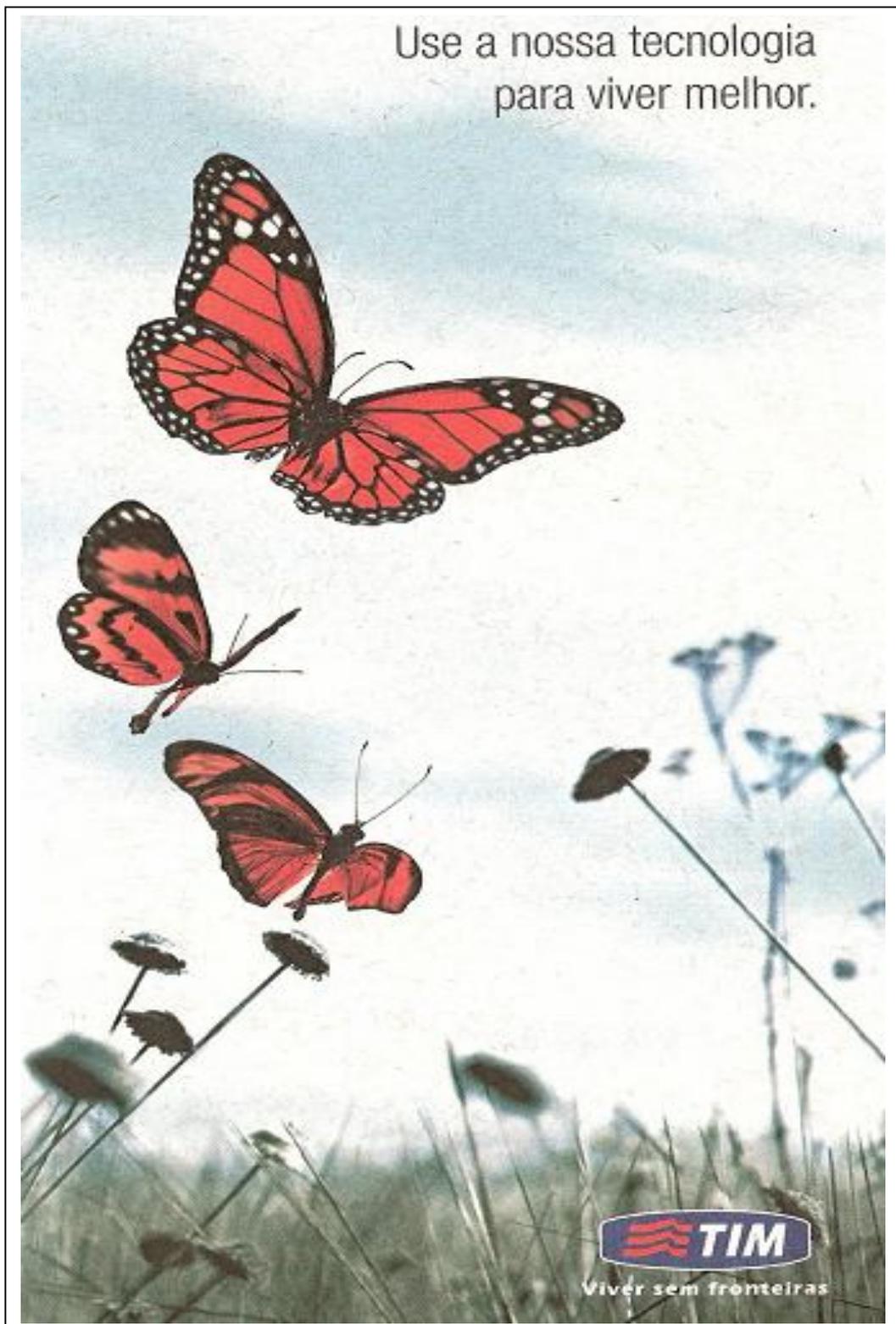
Use a nossa tecnologia
para viver melhor.


Viver sem fronteiras

The advertisement features a photograph of a man and a young child standing in shallow water, flying a kite. The kite is white with red streamers and is flying in the sky. The man is holding the string of the kite, and the child is reaching up towards it. The background is a bright, hazy sky over a body of water. The text is overlaid on the right side of the image.

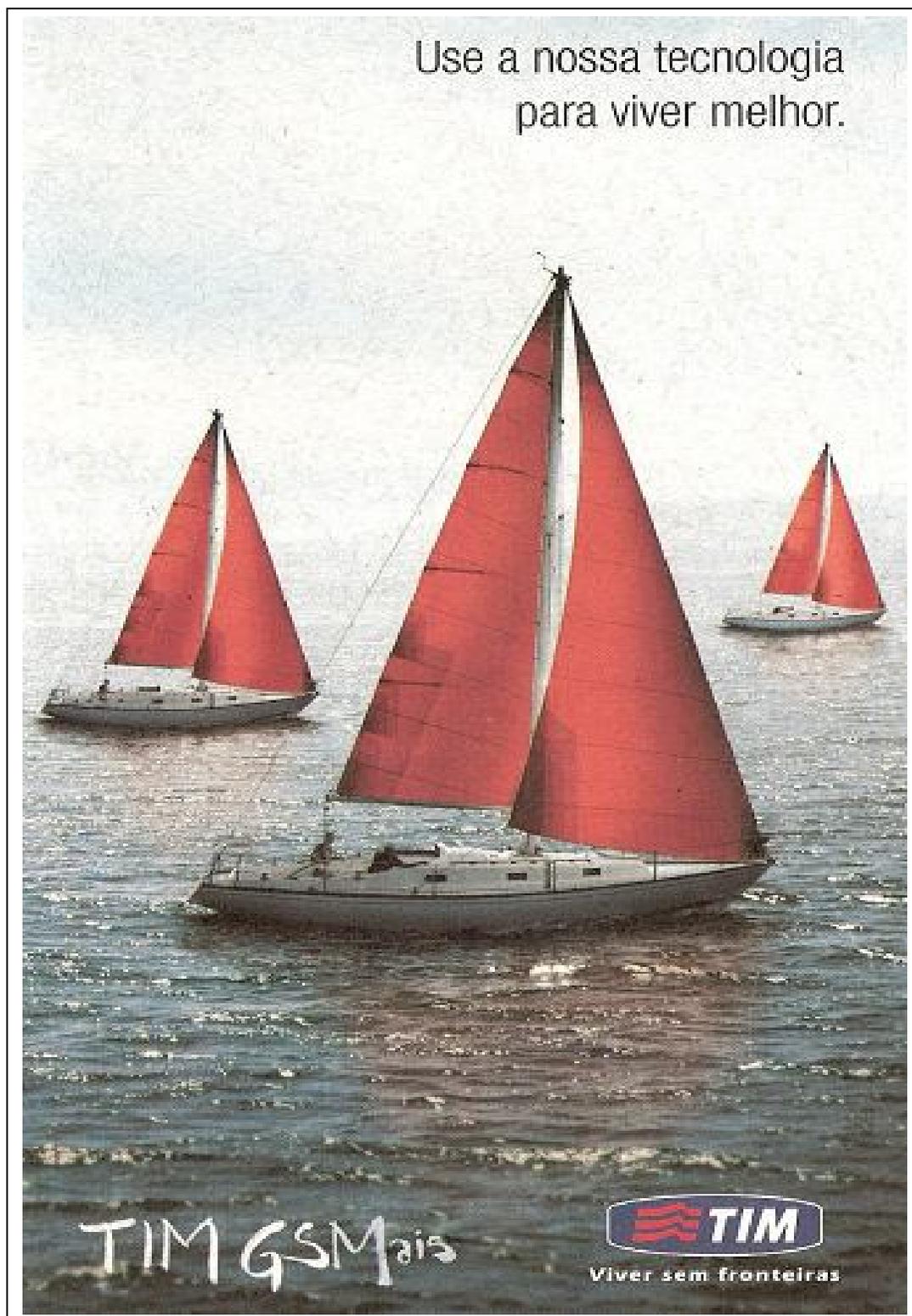
Anexo H – Folder 2

Use a nossa tecnologia
para viver melhor.

A photograph of three monarch butterflies in flight over a field of daisies. The butterflies are bright orange with black veins and white spots on their wings. The background is a soft, light blue sky. The daisies in the foreground are slightly out of focus, showing their dark centers and thin stems.

TIM
Viver sem fronteiras

Anexo I – Folder 3



Use a nossa tecnologia
para viver melhor.

TIM GSMais

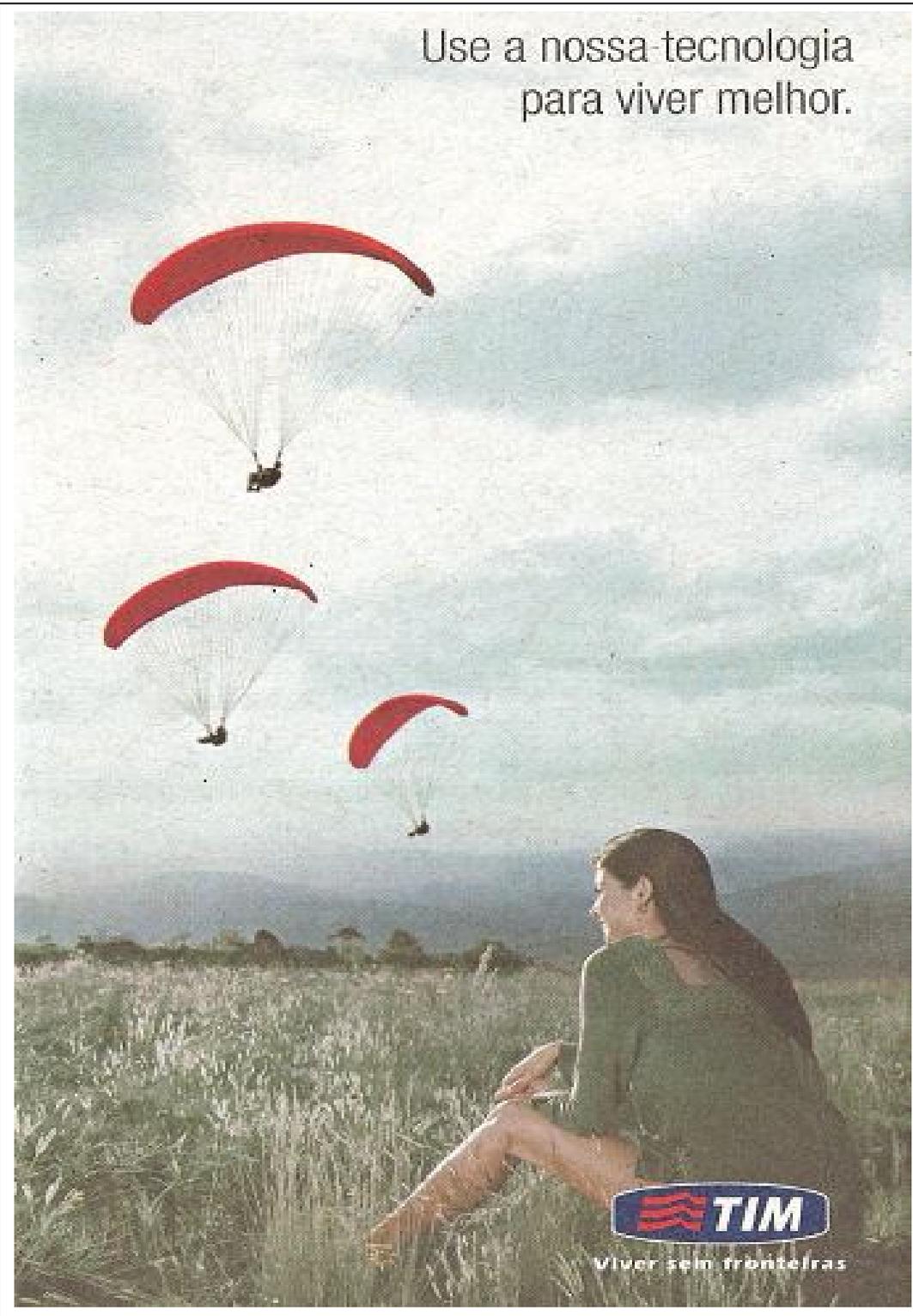
 **TIM**
Viver sem fronteiras

Anexo J – Folder 4



Anexo K – Folder 5

Use a nossa tecnologia
para viver melhor.



TIM
Viver sem fronteiras

The image is a vertical advertisement. At the top, the text 'Use a nossa tecnologia para viver melhor.' is written in a clean, sans-serif font. Below the text, a woman with long dark hair, wearing a green long-sleeved top and brown boots, is sitting on the ground in a field of tall grass. She is looking towards the sky. In the sky, three red paragliders are flying in a diagonal line from the top left towards the bottom right. The sky is filled with soft, white clouds. In the bottom right corner, the TIM logo is displayed, consisting of three red horizontal lines above the word 'TIM' in white on a blue background. Below the logo, the slogan 'Viver sem fronteiras' is written in a smaller font.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)