

A construção dos sentidos em uma propaganda de cerveja: uma proposta de leitura bakhtiniana

letrônica

Gabriela Barboza*

1 Para iniciar o diálogo...

Escrever, mesmo que poucas páginas, sobre um autor de pensamento tão grandioso como Mikhail Bakhtin é algo deveras amedrontador. Qualquer palavra escrita a respeito do pensamento bakhtiniano é de alguma forma redutora, pois seu pensamento não cabe em poucas páginas, não cabe tampouco em muitas. Flores e Teixeira (2009, p. 145) afirmam que “um rápido olhar sobre as publicações a seu respeito mostram que ele é convocado por reflexões nas esferas da história, teoria e crítica literária, filosofia, psicologia, entre outras”. Realmente, diversas são as áreas e os estudos que se valem do pensamento bakhtiniano para desenvolver suas pesquisas, e é possível comprová-lo com o simples ato de pesquisar seu nome em um sítio de buscas para verificar a diversidade de relações e links em que o autor figura.

De fato, o pensamento de Bakhtin¹ não se deixa capturar por esta ou aquela teoria, pois suas proposições/reflexões/críticas vão muito além do que qualquer disciplina/área do conhecimento (pense que) possa abarcar. Seu pensamento, tal qual um de seus grandes postulados, é “dialógico por natureza”, o que significa não ter fim, ser um elo na cadeia da comunicação humana, pois está respondendo a discursos anteriores e também suscitando inúmeros outros discursos, carregados de concordâncias e/ou discordâncias.

* Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Letras – *Teorias do Texto e do Discurso* – da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), bolsista CAPES-REUNI (PAG-Português), graduada em Letras-Português pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e graduanda em Letras-Espanhol pela UFRGS.

E-mail: barboza.gabrielab@gmail.com

¹ Apesar de termos conhecimento sobre a polêmica em torno da autoria dos textos de Bakhtin, optamos, neste trabalho, por referir-nos a Bakhtin de modo metonímico. Alguns dos textos utilizados fazem parte da polêmica da autoria, mas utilizaremos somente o nome de Bakhtin não como um único autor, e sim como representante de um grupo.

Tendo consciência de toda a complexidade em abordar o pensamento da monta de Mikhail Bakhtin, e, ainda que não nos sintamos autorizadas a escrever sobre o autor - já que há tantos autores na área que o leem brilhantemente -, inserimo-nos neste espaço com muito respeito, apreensão e cuidado. Em primeiro lugar, respeito à grandiosidade do legado das ideias de Bakhtin e também aos seus leitores que têm árdua e magnificamente se dedicado a explicar-deslocar-questionar-responder-*dialogar* com/para/os textos do autor. Em segundo lugar, apreensão por ser nosso primeiro estudo sistematizado no que diz respeito ao pensamento do russo. Em terceiro, cuidado para não incorrer no equívoco de distorcer o pensamento do mestre, não transformar em categorias de análise questões que eram conceitos filosóficos, e, principalmente, o cuidado de não reduzir o pensamento do filósofo a uma mera listagem de definições que não se relacionem entre si, que não façam parte do “todo orgânico”.

Dentre as diversas teorias que fazem parte da Linguística da Enunciação, por que o interesse por Mikhail Bakhtin? Porque encontramos no autor uma concepção de enunciação² (enunciado concreto) que vai além das formas da língua. A noção de enunciação em Bakhtin é bastante produtiva em função, principalmente, de abarcar o verbal e o não-verbal, o linguístico e o não linguístico. Dito de outro modo, seria possível afirmar, com base nos textos estudados³, que, para Bakhtin, a enunciação diz respeito à linguagem de um modo geral, e não somente à língua. Nesse sentido, parece-nos que a enunciação de base bakhtiniana aponta para inúmeras perspectivas que outras teorias não possibilitariam, dada sua ancoragem somente no sistema⁴.

Diante do exposto, cabe-nos, neste momento, explicitar nossos objetivos neste artigo. Almejamos desenvolver uma leitura de uma propaganda de cerveja veiculada nos canais abertos de televisão sul-riograndense. A propaganda escolhida como objeto de estudo é da marca Polar e foi veiculada no período de 2 a 23 de setembro de 2011 no Rio Grande do Sul. Com a leitura de nosso objeto, atentaremos para algumas questões: Como se dá a construção

² Souza (1999), em seu livro oriundo de dissertação de mestrado, esclarece que, devido a problemas de tradução, a noção que no Brasil se entende por *enunciação* seria, na verdade, correspondente à de *enunciado concreto*. Para maiores informações, vide referências.

³ Devido ao fato de as noções a que nos propomos estudar (a ser explicitadas posteriormente no trabalho) estarem presentes em grande parte da obra de Bakhtin, efetuamos um recorte de textos que serão norteadores da construção de nossas noções e conceitos. São eles (em ordem alfabética): *Discurso na vida e discurso na arte* [1926(s/d)], *La construcción de la enunciaci3n* [1929/30 (1993)], *O discurso no romance* [1934/35(1988)], *Os g3neros do discurso* [1979(1997)] e *Tema e significac3o na l3ngua* [1929(2006)].

⁴ Sob nenhuma hip3tese estamos, com isso, criticando as demais teorias da enunciac3o. Somente queremos dizer que, para o *corpus* selecionado, a teoria que melhor explica a construc3o de sentidos 3 a bakhtiniana.

dos sentidos entre os interlocutores? De que modo o não-verbal contribui para a construção dos sentidos? É possível atribuir o mesmo sentido às mesmas formas da língua?

Para responder, ainda que parcialmente, nossos questionamentos, mobilizamos algumas noções presentes na obra de Bakhtin, as quais consideramos cruciais para a consecução de nossos objetivos. Noções como entonação expressiva, estilo, gêneros do discurso e demais noções associadas serão, de algum modo, retomadas para construir nossa leitura da construção dos sentidos no objeto de estudo selecionado. Consideramos que, ainda que sejam poucas as noções mobilizadas, elas são capazes de nos orientar na leitura do verbal e não-verbal em nosso trabalho.

Para sistematizar de modo mais coerente nossa breve incursão pelo mundo bakhtiniano, dividimos o artigo em dois tópicos, além deste e das considerações finais, os quais passamos a descrever de modo bastante sumário.

No primeiro tópico, procuramos situar as noções mobilizadas para o estudo, suas relações entre si, bem como suas relações com outras noções que não serão aprofundadas neste trabalho. A escolha em mobilizar noções como entonação expressiva, estilo e gêneros do discurso se deu em função de ponderarmos que estas nos possibilitam considerar os limites entre o verbal e o não-verbal, a relação entre o que está e o que não está marcado linguisticamente no enunciado.

Para dar sequência ao nosso percurso de investigação, passamos, no segundo tópico, a descrever o objeto selecionado, bem como seu contexto de circulação e o contexto de propagandas do qual faz parte. Julgamos de extrema importância trazer à baila tais informações para sermos fiéis ao pensamento bakhtiniano, que não considera os enunciados isolados, mas como fazendo parte de um todo maior e orgânico, considera-os sócio-historicamente situados. Após fazer a descrição do objeto e seus contextos, passamos, propriamente, à nossa proposta de leitura da construção dos sentidos na propaganda de cerveja da Polar. Nessa parte, buscamos, com base nas leituras bakhtinianas, evidenciar o modo de construção de sentidos e as peculiaridades inerentes a cada discurso.

Por fim, nas considerações finais, intentamos avaliar em que medida conseguimos atingir nossos objetivos iniciais, além de apontar para reflexões e questionamentos provenientes desta investigação e nossas limitações ao longo do estudo.

2 Entonação expressiva, estilo e gêneros do discurso: breve cotejo

Para compreender a base do pensamento proposto por Mikhail Bakhtin, dentro da tradição humanista, não podemos perder de vista que todo seu estudo, seja sobre literatura, arte, linguística etc., está calcado em um princípio fundante, qual seja o do dialogismo. Di Fanti (2009, p. 80) define dialogismo como um “princípio da linguagem que pressupõe que todo discurso é constituído por outros discursos, mais ou menos aparentes, desencadeando diferentes relações de sentido.” Nesse sentido, podemos afirmar que Bakhtin⁵ observa, muito antes de Jakobson e Benveniste⁶, na relação sócio-histórica e dialógica entre sujeitos o cerne do processo de constituição dos sentidos.

É de suma importância compreender o dialogismo como um princípio fundante do pensamento bakhtiniano para que possamos relacionar as noções que mobilizamos para este estudo, e, também, para compreendê-las como fazendo parte de um todo, como relacionais, para encará-las como indissociáveis na vida da linguagem, só sendo apartadas com finalidades puramente metodológicas. Dito de outro modo, a separação que ora fazemos entre entonação expressiva, estilo e gêneros do discurso se dá com vistas a didatizar nosso discurso, mas devemos sempre ter a clareza de que todas as noções estão inter-relacionadas.

Ao contrário do que se costuma dizer, a entonação não diz respeito somente ao aspecto vocal-fônico (altura, inflexão, modulação etc.) da linguagem e não está vazia de sentido. Através dela, podemos atribuir sentidos aos enunciados, já que são fundamentais para a compreensão do interlocutor. Em *Os gêneros do discurso* (1997), Bakhtin, além de refletir sobre o tema que dá título ao artigo, desenvolve, também, alguns apontamentos sobre a noção de entonação. A partir de seus apontamentos, estabelece o desdobramento da noção em três tipos de entonação: a) entonação gramatical: marca a conclusão, a explicação, a enumeração etc.; b) entonação narrativa, interrogativa, exclamativa e exortativa: cruzamento entre entonação gramatical e de gênero; c) entonação expressiva: se dá no todo do enunciado (nos gêneros do discurso). Por questões metodológicas, deter-nos-emos, neste trabalho, eminentemente, na entonação expressiva, pois avaliamos que essa terceira modalidade abranja de forma mais satisfatória as noções mobilizadas para o desenvolvimento deste estudo.

⁵ Bakhtin é introduzido no mundo ocidental a partir da ida de Julia Kristeva para a França. A autora traz uma visão nova, até então desconhecida, para os linguistas franceses, quando de sua participação em um seminário de Roland Barthes, por volta da segunda metade da década de 60. Para maiores informações, ver DOSSE (2007).

⁶ Referimo-nos a Jakobson e Benveniste em função de suas ideias terem sido conhecidas antes das de Bakhtin, embora tenham sido escritas posteriormente aos escritos do mestre. Muitas das reflexões contidas nos autores já estavam, de algum modo, contidas, também, em Bakhtin.

Em alguns estudos, quando as teorias não permitem que se leve em conta o não-verbal, o aspecto da entonação expressiva é desconsiderado quando da análise de enunciados, o que acaba, muitas vezes, por restringir o estudo aos aspectos estritamente formais da língua. Tal aspecto é, muitas vezes, considerado desimportante/acessório etc. Como já explicitamos no início do artigo, o fato de considerar verbal e não-verbal em uma relação orgânica (dialógica) ao tratar de enunciação foi um dos principais aspectos que nos motivaram a mobilizar o pensamento bakhtiniano dentre as inúmeras teorias pertencentes à Linguística da Enunciação.

Para Bakhtin (1988, p. 309), “[...] a entonação expressiva, que se estende distintamente na execução oral, é um dos recursos para expressar a relação emotivo-valorativa⁷ do locutor com o objeto do seu discurso. No sistema da língua [...] essa entonação não existe.”. Observamos, a partir dessa breve citação do autor, que, além de conceber a entonação expressiva estreitamente relacionada à valoração, também se afasta das concepções que entendem o sentido de modo apriorístico, anterior à relação entre sujeitos. Na língua, há significação, enquanto que, no discurso, há sentido. Tal diferenciação é crucial para demonstrar que não há enunciados neutros, pois a neutralidade só é encontrada na língua enquanto virtualidade, antes de ser utilizada por um locutor em diálogo com a sociedade (o outro). A partir do momento em que tomamos a palavra, que enunciamos, estamos nos marcando (situando), inexoravelmente, socio-historicamente, estamos expressando nossas visões de mundo, nossas valorações sobre o tema, sobre o interlocutor etc. A neutralidade é mera ilusão.

Para Souza (1999, p. 130), a entonação é um elemento intrínseco ao enunciado e expressa a valoração do indivíduo em relação ao tema e ao interlocutor. Concordando com Bakhtin, o autor sustenta, ainda, que a entonação expressiva está localizada na fronteira entre o verbal e o não-verbal e essas fronteiras não estão nitidamente traçadas, não sendo possível, para fins analíticos, separar o que da entonação é da ordem do verbal e o que é da ordem do não-verbal.

Ao longo dos textos escolhidos como fonte de fundamentação teórica, podemos observar que, constantemente, a entonação expressiva está relacionada à valoração, sendo aquela uma das formas de ‘marcar’ esta.

O vínculo entre a enunciação, sua situação e seus interlocutores se estabelece sobretudo mediante a entonação. [...] A situação e seus interlocutores correspondentes determinam sobretudo precisamente a entonação, e através dela

⁷ Grifos nossos.

realizam a escolha de palavras y sua disposição e dão sentido a toda a enunciação. A entonação é *a expressão sonora da valoração social*.⁸ (BAKHTIN/VOLOSHINOV, 1993, p. 262)

A valoração está intimamente ligada à entonação expressiva em função de que, através dos diferentes “tons”, diferentes modos de articular palavras, diferentes gestos, posições corporais etc, é possível tentar depreender a avaliação que nosso parceiro na comunicação faz do tema ou mesmo de nós. Um professor atento a seus alunos percebe quando algum deles não entendeu algo que estava explicando através de suas expressões faciais aliadas a interjeições, onomatopeias, por exemplo. O fato de o professor compreender o enunciado (verbal ou não) do outro faz com que ele avalie a avaliação do outro e, assim, assuma atitudes diante disso: explique de outro modo, ignore o mal entendido etc.

Para continuar no exemplo do professor – e dar sequência às noções – destacamos o trecho “explique de outro modo”. Ora, se o professor passa a explicar de outro modo, se organiza seu discurso de outra forma, faz uso de outras palavras, outros exemplos, enfim, se modifica seu enunciado em função da adequação ao outro, podemos relacionar, também, a valoração ao estilo, noção de que passaremos a tratar no parágrafo seguinte. A noção de estilo, parece-nos, é de grande complexidade e necessitaria (necessita) de tratados somente a respeito dela na obra de Bakhtin. No entanto, ousamos tecer alguns comentários sobre isso, a partir dos textos que nos servem de fundamento.

Dentre as fontes escolhidas, os textos em que o estilo é mais fortemente desenvolvido são *Os gêneros do discurso e O discurso no romance*. Neste texto, Bakhtin observa que a separação entre “estilo e linguagem, de um lado, e o gênero, de outro, levou em medida significativa a estudar-se tão somente as harmônicas individuais e orientadoras do estilo ignorando-se o seu tom social básico” (1988, p. 71). De fato, a crítica feita pelo filósofo russo quanto ao modo com que se considerava o estilo – apartado de sua realidade social - é válida até a atualidade. É comum ouvirmos discursos como “isso no texto não se pode alterar porque pertence ao estilo individual do autor”, “essa questão não se pode corrigir porque diz respeito ao estilo do aluno” etc. Em ambos os casos, o estilo é, parece-nos, considerado como algo da ordem do puramente individual, não possuindo relação com a alteridade, com o social, com o gênero. No entanto, Bakhtin se opõe visivelmente a essa concepção de estilo (da estilística

⁸ Tradução nossa. Original: “el vínculo entre la enunciación, su situación y su auditorio se establece sobre todo mediante la entonación. [...] La situación y e correspondiente auditorio determinan sobre todo precisamente la entonación, y a través de ella realizan la elección de palabras y su disposición y dan un sentido a toda la enunciación. [...] La enunciación es la expresión sonora de la valoración social” (BAKHTIN/VOLOSHINOV, 1993, p. 262)

clássica) e propõe que pensemos no estilo articulado ao gênero, à valoração, à entonação expressiva. O autor ainda salienta que “a separação entre o estilo e o gênero repercute de modo muitíssimo nefasto sobre a elaboração de toda uma série de problemas históricos. As mudanças históricas dos estilos da língua são indissociáveis das que se efetuam nos gêneros.” (Idem, 1997, p. 285).

Ainda refletindo sobre a problemática do estilo, o autor compreende a complexidade da noção e pondera que é de suma importância o aprofundamento de estudos para uma melhor definição do “estilo em geral” e do “estilo individual” em que pesem as relações dialógicas. Com base em seus postulados, consideramos que, embora não esteja tão aprofundada quanto outras questões, há uma germinação de delimitação entre o que é da ordem do geral e do que é da ordem do específico na própria obra de Bakhtin. Poderíamos, com base em Bakhtin, desenvolver um desdobramento da noção de estilo em dois pontos: 1) estilo ligado ao gênero: diz respeito às relativas estabilidades características de cada gênero do discurso, o que diferencia uns dos outros e 2) estilo ligado ao sujeito: diz respeito ao modo como o sujeito singulariza a utilização/atualização desse gênero em dada circunstância sócio-histórica com determinados interlocutores. Ambos os estilos estariam permeados pelo princípio fundante do dialogismo, ou seja, a relação social está presente constantemente no estilo, seja qual for sua ordem. Trazer o dialogismo como princípio fundante significa deslocar a noção individualista de estilo (centrada no indivíduo) para uma noção relacional de estilo (em que, ainda que o estilo seja ‘individual’- mas não individualista -, é co-construído socialmente). É necessário, afirmar, também, que a divisão feita por nós não propõe, sob nenhuma hipótese, categorizações, mas procura estabelecer, com base em Bakhtin, outro modo de explicar e relacionar o estilo. Não podemos nos esquecer de que, mesmo que as separemos, as noções de estilo são interdependentes, já que não há discurso que não seja através de um gênero, do mesmo modo que não há gênero que não seja por/para sujeitos – na relação. A fim de melhor sintetizarmos nossa (re)leitura do estilo em Bakhtin, elaboramos um esquema, que segue abaixo:



Figura 1: esquema do desdobramento do estilo em Bakhtin

Devido ao fato de essa proposta de leitura do estilo em Bakhtin ser bastante incipiente, deixamo-la em suspenso sem maiores explicações, para que gere diálogos entre nossos interlocutores. Passaremos, portanto, à noção de gêneros do discurso.

Conforme visto no esquema acima, o estilo está, também, ligado aos gêneros do discurso, de modo que, de acordo com o gênero discursivo em questão, o estilo poderá variar. Sobre os gêneros discursivos, talvez sua mais célebre contribuição para os estudos da linguagem, em função de o assunto ser bastante difundido no meio e, também, em função de já nos termos detido um pouco nas passagens anteriores, deter-nos-emos menos nessa questão e procuraremos ressaltar quais suas relações com as outras noções e qual sua importância para este estudo.

Bakhtin (1988) argumenta que, dentro de uma dada situação linguística, o locutor produz uma estrutura comunicativa que se configurará em formas relativamente estáveis de um enunciado, pois são formas marcadas a partir de contextos sociais e historicamente situados. Em outras palavras, tais formas estão sujeitas a alterações em sua estrutura, em seu tema, em sua composição, estilo, valorização etc., dependendo de diversos fatores. É sabido que é impossível inventariar a quantidade de gêneros do discurso existentes, na medida em que sempre nos comunicamos por eles e também nos é impossível inventariar a quantidade de enunciações ao longo de nossas vidas. Acreditamos que quantificar dados não seja de suma importância quando temos por fundamento um pensamento que propõe o novo a cada enunciação.

A riqueza e a variedade dos gêneros do discurso são infinitas, pois a variedade virtual da atividade humana é inesgotável, e cada esfera dessa atividade comporta um repertório de gêneros do discurso que vai diferenciando-se e ampliando-se à

medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa. (BAKHTIN, 1988, p. 279)

Embora o texto *Os gêneros do discurso* seja o mais célebre no que toca à noção de gêneros, há, também, em outras obras do autor⁹, elaborações acerca da noção de gêneros do discurso.

Para o que nos interessa neste estudo, cabe ressaltar que, de modo geral, as três principais noções aqui mobilizadas (entonação expressiva, estilo e gênero) possuem relação direta no interior dos postulados bakhtinianos. Desenvolvemos uma outra esquematização que consideramos sintetizar o todo das noções por nós mobilizadas para esta pesquisa:



Figura 2: síntese da relação das noções entonação expressiva-gênero-estilo com o princípio fundante do dialogismo.¹⁰

Feitos alguns comentários sobre as noções necessárias ao nosso estudo, passamos, em seguida, à descrição do objeto.

3 Sobre o objeto de estudo: descrição e leitura da construção dos sentidos

O material selecionado para nossa leitura, neste estudo, é uma propaganda veiculada nos canais abertos de televisão do Rio Grande do Sul no período de 02 a 23 de setembro de 2011 e tem duração de 39 segundos. A propaganda faz parte de uma campanha maior, que passou a ser o slogan da marca de cerveja: “a melhor do mundo é daqui”. A campanha surge em função de uma mudança de identidade visual da cerveja e da troca de slogan

⁹ Souza (1999) desenvolve um estudo mais aprofundado a esse respeito. Vide referência.

¹⁰ Tal síntese foi suscitada a partir de uma frase de Souza (1999, p. 129): “onde há gênero há estilo, onde há estilo, há entonação, onde há entonação, há gênero”. Esperamos ter conseguido demonstrar o caráter relacional (sem separações) e processual de tais noções.

(anteriormente era “No export” e agora é “a melhor do mundo é daqui”). Com esse slogan funcionando como tema gerador, muitas propagandas surgiram antes e depois da que selecionamos como objeto de leitura, todas elas abordando as peculiaridades do Rio Grande do Sul e exaltando suas qualidades. O sítio da cerveja, www.polar.rs, solicita, para a entrada neste, que o internauta responda a duas questões: “1) Anta Gorda pra ti (sic) é: a) um bicho obeso b) uma comida c) uma cidade; 2) A cor perfeita da água do mar deve ser: a) azul b) marrom c) verde”. Somente após responder às questões, e acertá-las, o internauta será direcionado, de fato ao sítio da cerveja. No sítio, há diversos links interativos, em que o internauta pode responder a questões que dizem respeito ao seu estado, ou então construir colaborativamente o livro “1002 coisas pra fazer no RS antes de morrer”, ou, ainda, enviar vídeos para o movimento “Gaúcho sem modéstia: o movimento mais guasca depois da Revolução Farroupilha”. Enfim, há diversos pontos interativos no sítio, o que atrai a atenção do internauta, além de fazer um apelo emocional ao imaginário coletivo (criado e perpetuado através de discursos) de que “tudo o que é do Rio Grande do Sul é melhor”.

O motivo pelo qual nos interessou a propaganda que é nosso foco deve-se a questões de linguagem: na propaganda, que tem por cena um bar e dois amigos (personagens centrais das propagandas da cerveja), há a recorrência do uso da expressão “bah”, interjeição bastante característica do estado do Rio Grande do Sul. Em função da reiterada utilização do “bah” (seis vezes), essa peça publicitária passou a nos interessar do ponto de vista da construção dos sentidos, em que é indispensável aliar verbal e não-verbal, é imprescindível compreender o todo orgânico do enunciado.

Para buscar compreender um pouco melhor a complexidade do mundo da propaganda, apoiamo-nos, superficialmente, em um exterior teórico da área de publicidade e propaganda. Randazzo (1997, p. 49) observa que “a publicidade transforma produtos em marcas mitologizando-os e dando-lhes identidades precisas, personalidades e sensibilidades que refletem as nossas” e dá sequência ao seu discurso postulando que “a publicidade é o meio que permite que o anunciante entre na mente do consumidor [sic] para provar e estabelecer o posicionamento da marca transmitindo a sua mensagem diferenciadora (baseada no produto e/ou de ordem emotiva e psicológica)” (idem, ibidem).

Apesar de não concordarmos integralmente com as afirmações do autor, há alguns pontos em que podemos nos apoiar para desenvolver nossa leitura a respeito da campanha de cerveja Polar.

Se, grosso modo, as cervejas mais consumidas no país são bastante parecidas, a estratégia da publicidade clássica – ressaltar as qualidades do produto e sua funcionalidade – já não demonstra tanta eficácia. De que modo, então, é possível produzir sentidos a ponto de persuadir o interlocutor, a fazer com que ele adira à ideia? Fazendo uso do caráter emocional/afetivo da propaganda. De que modo isso se dá em nosso objeto? É o que buscaremos evidenciar a partir do próximo parágrafo.

Do ponto de vista puramente linguístico, pouco teríamos a dizer sobre a propaganda: bastaria, talvez, transcrever foneticamente cada ocorrência do “bah”, demonstrando, assim, suas diferenças em vogais mais abertas/mais fechadas, em consoantes plosivas surdas e sonoras, e teríamos resolvida a questão. No entanto, tal transcrição fonética muito pouco nos diria a respeito da construção de sentidos no gênero em questão. É necessário, portanto, lançar mão das noções bakhtinianas já explicitadas anteriormente.

Com base no pensamento bakhtiniano, podemos afirmar que as palavras são, ao mesmo tempo, de todos e de ninguém e, como pertencentes ao sistema linguístico, não possuem sentidos dados aprioristicamente, anteriores à relação. É somente a partir da transformação da palavra em enunciados concretos – via gêneros do discurso – que a palavra será revestida de valor, expressividade etc. Neste momento, quando a interação ocorre, a palavra deixa de ser considerada como tal e passa a vestir a roupagem de enunciado. Posto isso, cabe a pergunta: se as palavras, no sistema da língua, são vazias de sentido, que elemento pode nos levar a identificar diferenças a cada enunciação do “bah” em nosso objeto? A consideração do contexto extra-verbal, a valoração do tema e interlocutor a partir da entonação expressiva.

Para desenvolver uma leitura da construção dos sentidos do objeto, o linguístico não basta. É necessário considerar o todo da cena para poder atribuir este ou aquele sentido para cada enunciação.

A cena, que se passa na mesa de um bar e tem dois amigos sentados esperando uma cerveja, mostra diferentes situações em que a mesma interjeição pode ser usada com diferentes sentidos (satisfação, indignação, alegria, estupefação, rechaço) e todas as situações poderiam, perfeitamente, acontecer de fato. Mas não acontecem na realidade. Devido ao fato de se tratar de uma propaganda, há a necessidade de forjar situações, ou seja, há a “recriação” de uma situação de mesa de bar (gênero primário) no interior de uma propaganda audiovisual (gênero secundário, já que incorpora aspectos do gênero primário). Caso tivéssemos a gravação de uma cena real de conversa entre amigos, o modo de ler o vídeo seria um, mas, **Letrônica**, Porto Alegre v.5, n. 2, p.134, jun./2012.

como o que se apresenta é a recriação de uma cena do cotidiano, temos a complexificação de questões como, por exemplo, a delimitação dos interlocutores.

De um lado, no interior da propaganda, temos um tipo de relações: a relação entre os atores/personagens que recriam uma cena do cotidiano. De outro, temos um locutor que não se mostra, e que não diz exatamente a que veio, mas que se faz presente: é o autor da propaganda. Ainda, temos o interlocutor imaginado por esse autor: o potencial consumidor da cerveja Polar. É possível construir uma representação desse interlocutor (consumidor) imaginado pelo autor a partir da propaganda? Parece-nos que sim.

O todo orgânico da propaganda em questão parece aliar dois discursos distintos, mas que, neste caso, não se opõem, a saber: o discurso que faz um apelo ao lado emotivo, ao aspecto identitário do “orgulho de ser gaúcho”, ao “tradicionalismo”, à valorização das “coisas da terra” aliado ao discurso de renovação através das personagens jovens, de suas roupas, dos coadjuvantes da cena (todos jovens). Ambos discursos parecem aliar-se para conseguir a adesão de interlocutores bem situados, tanto histórica, quando social e geograficamente: nossas leituras podem apontar para a identificação de um potencial consumidor relativamente jovem, gaúcho e que, além disso, sinta orgulho de sê-lo.

Retomando a questão deixada em suspenso mais acima, passamos a focar nossa atenção para a possível identificação de diferenças nas enunciações dos diferentes “bah” ao longo da propaganda¹¹. De forma muito breve, devido à nossa falta de experiência com o trato da entonação expressiva, explanaremos sobre as diferenças. O primeiro “bah” é acompanhado de um movimento de mãos que indica felicidade/satisfação, o que pode ser comprovado pelo restante da cena (expressão facial e entonação). Já na segunda ocorrência do “bah”, apesar de ser a mesma forma da língua, o sentido é totalmente outro: neste caso, baseados na cena, podemos afirmar que ocorre a reprodução da indignação, com tom de pergunta, de um amigo com outro quando um deles derruba cerveja ao tentar servir o amigo. Por sua vez, a terceira ocorrência de “bah” se dá quando as personagens encostam um copo no outro, simulando o mesmo movimento do brinde. Neste momento, através da entonação e do não-verbal, é possível afirmar que, com esse terceiro “bah”, ocorre uma espécie de comemoração, de rito prazeroso compartilhado entre os amigos da propaganda. O quarto “bah” vem acompanhado do surgimento de uma bela moça na propaganda. Os rapazes demonstram sua estupefação por ela através de seus rostos e, também, através da entonação de seu “bah” que, nessa ocorrência,

¹¹ Comentamos que encontramos em Bakhtin (1929/2006, p. 138) a descrição de um estudo relativamente semelhante no que diz respeito à verificação da mesma forma adquirindo diferentes sentidos, de acordo com cada enunciação.

soou em tom mais baixo, como algo que não pode ser ouvido por todos. No entanto, a estupefação para com a beleza da moça logo se desfaz quando esta se aproxima de um homem forte e tatuado que a espera em um dos balcões do bar. Ao ver o abraço dado pelo até então desconhecido casal, os dois amigos enunciam concomitantemente “bah”, mas, acompanhado da surpresa do encontro do casal e da expressão facial dos amigos, a entonação expressiva, no caso desse último “bah”, parece estar pendendo para algo mais negativo, da ordem do rechaço à atitude da moça.

Apesar de não ter desenvolvido uma descrição e leitura dos diferentes “bah” presentes na propaganda de forma muito sistemática, que seguisse algum método de observação e análise, acreditamos, ainda assim, ter demonstrado, de algum modo, a validade de noções como entonação expressiva, estilo e gênero no exercício analítico. Sem sombra de dúvidas, a indicação de leitura feita por nós, neste trabalho, é, como todos os gêneros, socialmente situada, e tem suas regularidades e particularidades. Não desejamos, de forma alguma, com esta leitura, encerrar o diálogo sobre a construção do sentido. Muitos outros pontos de vista podem ser abordados que foram deixados de lado para a construção deste estudo, mas, possuindo ciência de nossa limitação (teórico-metodológica, de quantidade de páginas, de tempo etc.), contentamo-nos em apresentar uma leitura mais superficial que possa, talvez, gerar outras leituras, sejam elas convergentes ou divergentes.

4 Efeito de encerramento de (que espera abrir para possíveis) diálogo(s)...

A título de fechamento deste artigo, cabem, ainda, algumas reflexões. Iniciamos nosso percurso demonstrando a dificuldade existente em, atualmente, se desenvolver estudos que tenham por fundamento teórico as ideias de Mikhail Bakhtin. Em seguida, posicionamo-nos no campo de forma bastante modesta e destacamos, dentre a miríade de noções existentes em sua obra, três noções fundamentais, das quais nos valemos para respaldar nosso estudo, quais sejam: entonação expressiva, estilo e gêneros do discurso. De forma bastante breve, trouxemos à baila algumas ponderações sobre cada uma delas, procurando cotejá-las em função de sua estreita inter-relação. Feito o levantamento dos fundamentos teóricos, passamos para a descrição e proposta de leitura de nosso vídeo, trecho em que esclarecemos qual o contexto de publicação e circulação da propaganda de cerveja analisada e que, ainda, procuramos fazer uso das noções mobilizadas de modo que nos auxiliassem na reflexão que

nos mobilizou a desenvolver este trabalho: Como se constrói o sentido nessa propaganda de cerveja em específico? Qual o papel do não-verbal?

De modo geral, consideramos ter respondido, ainda que superficial e parcialmente, nossos questionamentos primeiros quando da leitura do objeto de estudo com base nos fundamentos teóricos. No entanto, consideramos que poderíamos ter explorado de modo mais satisfatório a noção de estilo no interior da leitura da construção dos sentidos, pois parece-nos que nos detivemos mais no que diz respeito à entonação expressiva em detrimento das outras noções. Todo trabalho tem suas limitações, é importante saber reconhecê-las para poder avançar em estudos posteriores. Consideramos que seja possível avançar, em trabalhos futuros, nas questões de estilo e gênero. Talvez o mais apropriado seja focar-se em uma noção apenas em cada estudo para conseguir, minimamente, dar conta da grandiosidade das propostas do mestre.

A sensação da falta, quando propomos um estudo com base em Bakhtin, é uma constante. Nada do que proponhamos, escrevamos, reiteremos será capaz de abarcar sua grandiosidade e genialidade. Como afirmamos no início, suas ideias, seus pensamentos não cabem nem em poucas, nem em muitas páginas: nasceram sob o princípio fundante do dialogismo e seguem dialogando, pulverizando sua fertilidade por diversos campos, tal qual uma flor que exala seu perfume, mas que não se pode apreendê-lo sem matá-lo. Bakhtin não é rotulável, não cabe somente em um campo disciplinar, em uma área do saber. Nossas (vãs) tentativas de aprisionar seu pensamento acabam por empobrecê-lo, perder o que lhe é constitutivo: o diálogo.

Esperamos ter conseguido, de algum modo, demonstrar que “estudar o discurso em si mesmo, ignorar a sua orientação externa, é algo tão absurdo como estudar o sofrimento psíquico fora da realidade a que está dirigido e pela qual ele é determinado” (BAKHTIN, 1988, p. 99). Em muitos momentos, como o caso de nosso objeto, a explicação puramente linguística não é suficiente, torna-se inócua. Faz-se necessário, assim, fazer apelo a uma exterioridade sócio-histórica que constitui todos os discursos. Aí está o brilhantismo de Bakhtin: consegue trazer a exterioridade sócio-histórica sem relegar à língua (linguagem) um papel pouco importante. É linguagem sendo vista sob um outro viés, o viés sócio-histórico, sem deixar de ser linguagem.

Referências

BAKHTIN, M. [1926] *Discurso na vida e discurso na arte*. Trad. para fins didáticos de Carlos Alberto Faraco e Cristóvão Tezza, s.d.

_____. [1934-1935] O discurso no romance. In: _____. *Questões de literatura e de estética: a teoria do romance*. 1 ed. São Paulo: Hucitec, Unesp, 1988.

_____. [1979] Os gêneros do discurso. In: _____. *Estética da criação verbal*. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

_____.; VOLOSHINOV, V. [1929-1930] La construcción de la enunciación. In: SILVESTRI, A.; BLANCK, G. *Bajtín y Vigotski: la organización semiótica de la conciencia*. Barcelona: Anthropos, 1993.

_____. [1929] Tema e significação na língua. In: _____. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. 12 ed. São Paulo: Hucitec, 2006.

DI FANTI, M. G. Verbete dialogismo. In: FLORES, V.N. et all. (orgs). *Dicionário de Linguística da Enunciação*. São Paulo: Contexto, 2009.

DOSSE, F. *História do estruturalismo: o canto do cisne, de 1967 a nossos dias*. v 2. Bauru, SP: EDUSC, 2007.

FLORES, V. N.; TEIXEIRA, M. Enunciação, dialogismo, intersubjetividade: um estudo sobre Bakhtin e Benveniste. *Bakhtiniana - Revista de Estudos do Discurso da PUC/SP*, São Paulo, v.1, n.2, p.143-164, 2 sem 2009.

RANDAZZO, S. *A criação de mitos na publicidade: como os publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

SOUZA, G.T. *Introdução à teoria do enunciado concreto do Círculo de Bakhtin/Volochinov/Medvedev*. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP, 1999.

Recebido em março de 2012.

Aceito em maio de 2012.

Anexo

Link propaganda: <http://www.youtube.com/watch?v=nOW5RFWbbD0>