



Universidade Federal de São Carlos
Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e
Sociedade

**A construção dos discursos que circulam entre a
Ciência, a Tecnologia e a Sociedade no gênero “revista
de atualidades”**

Allan Tadeu Pugliese

São Carlos - SP

2018

ALLAN TADEU PUGLIESE

**A construção dos discursos que circulam entre a
Ciência, a Tecnologia e a Sociedade no gênero “revista
de atualidades”**

Tese apresentada ao programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade, do Centro de Educação em Ciências Humanas, da Universidade Federal de São Carlos, como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Ciência, Tecnologia e Sociedade.

Orientador: Prof. Dr. Valdemir Miotello

São Carlos - SP

2018

Ficha catalográfica

2018	<p>Pugliese, Allan Tadeu</p> <p>A construção dos discursos que circulam entre a Ciência, a Tecnologia e a Sociedade no gênero “revista de atualidades” / Allan Tadeu Pugliese. São Carlos – UFSCar 2018.</p> <p>130 f.</p> <p>Tese (Doutorado em Ciência, Tecnologia e Sociedade) - Universidade Federal de São Carlos, 2016.</p> <p>Orientador(a): Valdemir Miotello.</p> <p>1. Discurso. 2. Ciência, Tecnologia e Sociedade. 3.Tradução. 4. Design 5. Bakhtin, Mikhail Mikhailovitch, 1895-1975.</p>
------	--



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade

Folha de Aprovação

Assinaturas dos membros da comissão examinadora que avaliou e aprovou a Defesa de Tese de Doutorado do candidato Allan Tadeu Pugliese, realizada em 27/02/2018:

Prof. Dr. Valdemir Miotello
UFSCar

Prof. Dr. Eduardo Nespoli
UFSCar

Prof. Dr. Hélio Etchepare
Univates

Profa. Dra. Patrícia Zaczuk Bassinello
UFMS

Prof. Dr. Felipe Mussarelli
UFSCar

Certifico que a defesa realizou-se com a participação à distância do(s) membro(s) Hélio Etchepare, Patrícia Zaczuk Bassinello e, depois das arguições e deliberações realizadas, o(s) participante(s) à distância está(ão) de acordo com o conteúdo do parecer da banca examinadora redigido neste relatório de defesa.

Prof. Dr. Valdemir Miotello

Para Gabriela, Felipe, Tomas, Alice e Livia.

AGRADECIMENTOS

Todos os agradecimentos desse trabalho giram entorno das discussões acadêmicas e do suporte que precisei nesse período para contemplar esse trabalho. Primeiramente ao prof^o dr^o Valdemir Miotello que por durante anos foi e sempre será um outro de meu texto. Escrever para o mundo também foi escrever para Miotello, que sempre conseguiu alargar meu entendimento. Da mesma forma agradeço aos professores do programa CTS, e em especial ao prof^o dr^o Arthur Autran que sempre esteve disposto a participar da minha evolução por quase todas as bancas.

Agradeço ao prof^o dr^o Hélio Etchepare que participou da qualificação e defesa desse trabalho, ajudando a expandir minhas leituras e meu modo de pensar ciência em um campo interdisciplinar.

Agradeço também aos professores Eduardo Néspoli, Patrícia Bassinelo e Felipe Mussarelli pela disponibilidade e por suas contra-palavras na defesa.

Agradeço também a prof^a dr^a Daiana de Oliveira, minha amiga, revisora e ampliadora de horizontes. Sua ajuda durante minha vida acadêmica foi essencial.

A prof^a dr^a Marina Haber Figueiredo, parceira e amiga, que em muitas conversas de corredor ajudou a ampliar olhares dialógicos dessa tese.

Quanto ao suporte, primeiramente a Gabriela Ferreira Martins que cuidou de mim, me respeitou e me apoiou todos os momentos durante a escrita. Esse trabalho só foi possível graças a seu apoio incondicional.

A minha família - Meiry, Francisco, Chiquito, Lilian, Alice, Leticia, Renato, Marcia, Josefa, Amy e Caetano - e meus amigos - Daia, Luiz, Diego, Ricardo, Leandro, Rafael, Rosen, todos os Voadores, Eduardo, Lidi, Cassia - que entenderam minhas ausências e distancias, dando todo o suporte que podiam nesse período.

As parceiras de CTS, Alana, Brunela, Carla, Cintia, Dani, Juliana, Lívia, Marcela, Micky, Simone e Tatiane pelas aulas, congressos, lágrimas e aflições divididas durante todo esse período. Em especial a Lívia Gutierrez que lutou bravamente nesse período, mas nos deixou muito cedo.

Aos colegas de trabalho da UNIP – Angela, Helena, Samares, Moretto, Léo, Mauro, Ary, Solange, Marina e Mauricio que também estavam firmes me dando suporte nesse período, e entendendo e me ajudando no que eu precisei.

PUGLIESE, Allan Tadeu. **A construção dos discursos que circulam entre a Ciência, a Tecnologia e a Sociedade no gênero “revista de atualidades”**. 130 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2018.

RESUMO

O objetivo principal desse estudo é mostrar como acontece a tradução de textos das esferas da Ciência e da Tecnologia para esferas mais comuns da Sociedade. Para isso analisamos as revistas *Superinteressante*, *Saúde é Vital*, *Quatro Rodas* e *Arquitetura & Construção* – sendo as quatro revistas publicações da editora Abril. Nossa metodologia foi o cotejamento de textos (GERALDI, 2012) e passamos pelas teorias dos gêneros discursivos (BAKHTIN, 2003), do design (DONDIS, 2007; SUDJIC, 2010) e da tradução literária (PETRILLI, 2011; PONZIO, 2008) para entender como acontece a tradução de forma dialógica entre linguagens e esferas discursivas. Também foi criada a separação dessas revistas como “revistas de atualidade”. Podemos perceber como a tradução ocorre e que os diversos campos citados podem ajudar a construir um novo entendimento sobre como passar informações para outras esferas discursivas.

PALAVRAS-CHAVE: 1. Discurso. 2. Ciência, Tecnologia e Sociedade. 3.Tradução. 4. Design 5. Bakhtin, Mikhail Mikhailovitch, 1895-1975.

PUGLIESE, Allan Tadeu. **The construction of the speeches that circulate between Science, Technology and Society in the genre "news magazine"**. 130 f. Thesis (PhD), Postgraduate Program in Science, Technology and Society - Federal University of São Carlos, São Carlos, 2018.

ABSTRACT

The purposes of this study is to show how the translation of texts from the spheres of Science and Technology to more common spheres of the Society happens. For that we analyze the Brazilians magazines *Superinteressante*, *Saúde e Vital*, *Quatro Rodas* and *Architecture & Construction* - the four magazines publications of the publisher Abril. Our methodology was the collating of texts (GERALDI, 2012) and we went through the theories of the discursive genres (BAKHTIN, 2003), the design (DONDIS, 2007; SUDJIC, 2010) and the literary translation (PETRILLI, 2011; PONZIO, 2008) the translation with dialogic vision between languages and discursive spheres. The separation of these magazines was also created as "current news magazines". We can see how the translation occurs and that the various fields cited can help to build a new understanding of how to pass information to other discursive spheres.

KEYWORDS: 1. Speeches. 2. Science, Tecnology e Society. 3. Translation. 4. Design 5. Bakhtin, Mikhail Mikhailovitch, 1895-1975.

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	7
RESUMO	9
ABSTRACT	10
ÍNDICE DE FIGURAS	11
INTRODUÇÃO	13
1 O GÊNERO “REVISTA DE ATUALIDADES”	26
2 DESIGN: CONTEÚDO VOLTADO PARA O OUTRO.....	50
3 CONCEITOS DIALÓGICOS DE TRADUÇÃO	87
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	124

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 01: UM GPS DENTRO DO TUMOR – REVISTA <i>SAÚDE É VITAL</i> . MARÇO DE 2017, P. 19.	19
FIGURA 02: UMA COMPARAÇÃO DOS RECURSOS GRÁFICOS EXAGERADOS NAS REVISTAS <i>SAÚDE É VITAL</i> E <i>SUPERINTERESSANTE</i> . MARÇO DE 2017.	27
FIGURA 03: O LAYOUT MAIS ORGANIZADO E SÉRIO DA REVISTA <i>QUATRO RODAS E ARQUITETURA & CONSTRUÇÃO</i> . MARÇO DE 2017.....	27
FIGURA 04: POESIA GEOMÉTRICA – REVISTA <i>ARQUITETURA & CONSTRUÇÃO</i> . MARÇO DE 2017, P. 20.	30
FIGURA 05: POESIA GEOMÉTRICA – TEXTO – REVISTA <i>ARQUITETURA & CONSTRUÇÃO</i> . MARÇO DE 2017, P. 20.	31
FIGURA 06: SESSÃO “MURAL DO LEITOR” – DETALHE TEXTO – REVISTA <i>SAÚDE É VITAL</i> . MARÇO DE 2017, P. 06.....	34
FIGURA 07: PROPAGANDA NA CONTRA-CAPA - REVISTA <i>ARQUITETURA & CONSTRUÇÃO</i> . MARÇO DE 2017, P. 06.	40
FIGURA 08: MATÉRIA “VIGEM QUE CURA” – DETALHE TÍTULO – REVISTA <i>SUPERINTERESSANTE</i> . MARÇO DE 2017, P. 38.	60
FIGURA 09: MATÉRIA “A MESA COM OS ITALIANOS” – REVISTA <i>SUPERINTERESSANTE</i> – MARÇO DE 2017, P. 08-09.	82
FIGURA 10: MATÉRIA “A MESA COM OS ITALIANOS” – DETALHE QUEIJO – REVISTA <i>SUPERINTERESSANTE</i> . MARÇO DE 2017, P. 08-09.....	85
FIGURA 11: MATÉRIA “TEMPOS MODERNOS” – REVISTA <i>QUATRO RODAS</i> – MARÇO DE 2017, P. 70-75.	90
FIGURA 12: MATÉRIA “TEMPOS MODERNOS” – DETALHE DO TEXTO – REVISTA <i>QUATRO RODAS</i> . MARÇO DE 2017, P. 72.	91
FIGURA 13: MATÉRIA “TEMPOS MODERNOS” – DETALHE DO TEXTO – REVISTA <i>QUATRO RODAS</i> . MARÇO DE 2017, P. 74.....	92
FIGURA 14: MATÉRIA “CROSS FIT” – DETALHE DO TEXTO – REVISTA <i>QUATRO RODAS</i> . MARÇO DE 2017, P. 61.....	93
FIGURA 15: MATÉRIA “COMBUSTÍVEL ALTERNATIVO” – DETALHE DO TEXTO – REVISTA <i>QUATRO RODAS</i> . MARÇO DE 2017, P. 54.....	93
FIGURA 16: MATÉRIA “TEMPOS MODERNOS” – DETALHE IMAGENS – REVISTA <i>QUATRO RODAS</i> . MARÇO DE 2017, P. 74.....	94
FIGURA 17: MATÉRIA “TEMPOS MODERNOS” – DETALHE CAPA – REVISTA <i>QUATRO RODAS</i> . MARÇO DE 2017, P. 70-71.....	95
FIGURA 18: MATÉRIA “O PRIMO RICO DO DUSTER” – DETALHE – REVISTA <i>QUATRO RODAS</i> . MARÇO DE 2017, P. 32.....	96
FIGURA 19: PROPAGANDA HYUNDAI CRETA - REVISTA <i>QUATRO RODAS</i> . MARÇO DE 2017, P. 06-07.	97
FIGURA 20: PROPAGANDA TELHAS REAL – REVISTA <i>ARQUITETURA & CONSTRUÇÃO</i> . MARÇO DE 2017, P. 05.	110
FIGURA 21: MATÉRIA “COMIDA BEM VIVA” – REVISTA <i>SAÚDE É VITAL</i> . MARÇO DE 2017, P. 36-39.	111

FIGURA 22: MATÉRIA “COMIDA BEM VIVA” – DETALHE <i>LEAD</i> – REVISTA <i>SAÚDE É VITAL</i> . MARÇO DE 2017, P. 36.....	112
FIGURA 23: PROPAGANDA TELHAS REAL – DETALHE SUPERIOR – REVISTA <i>ARQUITETURA & CONSTRUÇÃO</i> . MARÇO DE 2017, P. 05.....	113
FIGURA 24: PROPAGANDA TELHAS REAL – DETALHE SELO – REVISTA <i>ARQUITETURA & CONSTRUÇÃO</i> . MARÇO DE 2017, P. 05.....	114
FIGURA 25: MATÉRIA “COMIDA BEM VIVA” – DETALHE TEXTO – REVISTA <i>SAÚDE É VITAL</i> . MARÇO DE 2017, P. 36.....	115
FIGURA 26: MATÉRIA “COMIDA BEM VIVA” – DETALHE IMAGENS – REVISTA <i>SAÚDE É VITAL</i> . MARÇO DE 2017, P. 36.....	117
FIGURA 27: MATÉRIA “COMIDA BEM VIVA” – DETALHE TEXTO – REVISTA <i>SAÚDE É VITAL</i> . MARÇO DE 2017, P. 36.....	118
FIGURA 28: MATÉRIA “COMIDA BEM VIVA” – DETALHE TEXTO – REVISTA <i>SAÚDE É VITAL</i> . MARÇO DE 2017, P. 36.....	120
FIGURA 29: MATÉRIA “COMIDA BEM VIVA” – DETALHE TEXTO – REVISTA <i>SAÚDE É VITAL</i> . MARÇO DE 2017, P. 36.....	122
FIGURA 30: NOTA “CONHEÇA SEU TATATATATATAAVÔ” - REVISTA <i>SUPERINTERESSANTE</i> . MARÇO DE 2017, P. 14.....	126
FIGURA 31: NOTA “CONHEÇA SEU TATATATATATAAVÔ” – DETALHE TEXTO – REVISTA <i>SUPERINTERESSANTE</i> . MARÇO DE 2017, P. 14.....	127

INTRODUÇÃO

Quando nos deparamos com os discursos técnicos e científicos que transitam nas esferas mais cotidianas da sociedade, percebemos diversas vozes que provém de discursos construídos em outros gêneros, demasiadamente mais técnicos e montados para um público mais restrito. Esse acúmulo de vozes se dá em uma relação intergenérica que, para conseguir tal efeito, precisa alterar vozes e sentidos, buscando adequar-se aos novos leitores que deverão ser consumidores desse discurso.

Apesar de parecer uma passagem mecânica da forma que colocamos acima, essa relação não poderia ser relativizada. Os discursos sempre são produzidos por diversas vozes que conversam com as vozes na cabeça dos falantes, ou, como diria Bakhtin (2004, p. 34) *os signos só emergem, decididamente, do processo de interação ente uma consciência individual e uma outra*. Um processo ativo de duas consciências que, apenas nos embates de ambos os lados, conseguem produzir o entendimento.

A “palavra outra” é a *palavra na palavra, enunciação na enunciação*, mas, ao mesmo tempo, é também *palavra sobre palavra, enunciação sobre enunciação*. Tudo isso de que falamos apenas um conteúdo do discurso, um tema de nossas palavras. Este tema – apenas tema – pode ser, por exemplo a “natureza”, o “homem”, a “oração subordinada” (um dos temas da sintaxe); mas a enunciação outra não é apenas tema do discurso: esta, na sua independência, por assim dizer, pode fazer parte do discurso, da sua construção sintática como elemento constitutivo especial. Assim, a palavra outra conserva a própria independência na construção e no sentido, sem alterar, no entanto, o tecido verbal do contexto que a acolhe (BAKHTIN, 2011, p. 69).

Essa relação das diversas vozes discursivas interligando a palavra/palavra outra cria a compreensão que se dá pelo *encontro de palavras* e esse encontro de palavras *está pressuposto em toda comunicação* (PONZIO, 2010, p. 13). Essa relação pode e deve ser entendida por outras esferas, como a educacional ou a científica, buscando facilitar relações interdisciplinares e entre os mais diferentes públicos.

Cada evento de encontro de palavras é extraordinário, singular, único. No discurso, na ordem dos discursos, em lugares comuns – este evento: um encontro furtivo da palavra, já é outra no discurso que, entendida, torna-se ainda outra palavra: revelação e re-revelação (velar novamente) do outro no discurso – o outro como eu mesmo (o outro por referência a sua própria identidade) e o outro em relação a mim, outros ou outrem (como prefere chamar Lévinas) (PONZIO, 2010, p. 10).

Para entendermos essa facilitação, primeiro precisamos perceber como ela acontece e como ela se relaciona em diversos textos. Para isso, vamos analisar textos e vozes presentes nas quatro principais revistas publicadas sobre assuntos técnicos e científicos¹ da editora Abril (São Paulo). A editora foi escolhida por ter a maior tiragem de revistas no total no Brasil² totalizando algo em torno de 2.800.000 revistas impressas, com 20 títulos publicados atualmente, sendo eles: revista *Veja*, *Claudia*, *Veja São Paulo*, *Superinteressante*, *Saúde é Vital*, *Quatro Rodas*, *Exame*, *Boa Forma*, *Casa Claudia*, *Mundo Estranho*, *Minha Casa*, *Cosmopolitan*, *Viagem e Turismo*, *Veja Rio*, *Estilo*, *Arquitetura & Construção*, *Elle*, *Vip*, *Você S/A*, *Placar*, *Você RH*. A título de comparação, a editora Globo, por exemplo, trabalha com pouco mais que a metade de exemplares, configurando algo em torno de 1.500.000 exemplares mensais separados em 15 títulos.

Nosso foco serão as revistas que trazem como tema assuntos de interesses técnicos e científicos mensalmente como um discurso de atualidade. Por isso, desses 20 títulos foram eliminados os de assuntos cotidianos e econômicos (notícias e fofocas), os especializados em apenas um público ou gênero (revistas masculinas, femininas e infanto-juvenis) e as que não tratam de informações técnicas, mas apenas de tendências (como a revista *Estilo* e a *Casa Claudia*, que não falam sobre aplicações do mercado da moda ou da arquitetura, mas sim sobre tendências a

¹ Essa nomenclatura de discursos técnico/científicos serve, por hora, apenas como referência. Esse gênero que vamos estudar também é conhecido pela divulgação científica, no caso da revista *Superinteressante* e *Saúde é vital*. Porém, esse trabalho não busca a divulgação científica, mas sim a relação dos discursos técnicos e científicos com a sociedade, como veremos abaixo. Estamos marcando as similaridades entre as quatro revistas e ampliando seu entendimento. Existe uma bibliografia vasta mostrando os estudos da divulgação científica e do jornalismo científico que, para nossa percepção linguística, ajuda a ampliar o conhecimento, porém teríamos que excluir a percepção dos discursos técnicos como na revista *Quatro Rodas* e *Arquitetura e Construção*. Estamos buscando um olhar diferente para poder analisar apenas como se dá a facilitação de conteúdo nesses quatro títulos. Após esses estudos os caminhos de ampliação e de correlação com a divulgação científica podem se fazer necessários, mas, por hora, entrariamos em discussões sobre “o que de fato é científico” ou “como esses discursos perderam (e ganharam novos) sentidos” que a academia não considera, o que de fato não nos ajudaria com a simples tarefa de entender essa facilitação.

² Segundo o material promocional de vendas da editora, disponível no link: http://publiabril.abril.com.br/svp/tabelas/circulacao?platform_id=revista-impressa.

partir de outros mercados, como os das telenovelas). Foram retiradas também revistas que são variações das que serão estudadas, como o caso da revista *Mundo estranho* que surgiu da revista *Superinteressante*.

Dessa maneira, vamos trabalhar com as revistas *Superinteressante*, *Saúde é Vital*, *Quatro Rodas* e *Arquitetura & Construção*. Vale ressaltar que, comparadas novamente com a editora globo, as tiragens dessas revistas são maiores³ que suas concorrentes diretas, não acontecendo apenas quando comparamos a revista *Arquitetura & Construção* (48.326 exemplares) com a revista *Casa e Jardim* (104.430 exemplares), que acontece possivelmente pelo fato de que, a já retirada de nossa análise, Revista *Casa Claudia* (82.469 exemplares) concorre no mesmo segmento (pessoas que querem referências de arquitetura e decoração para suas casas).

Com 30 anos de história, a revista *Superinteressante* publicou em março de 2017 sua edição de número 372. Nela temos assuntos sobre ciência e tecnologia tratados com uma linguagem mais próxima de um público jovem. Conhecida por sua divulgação de temas científicos, a revista mensal se tornou referência em curiosidades e avanços. Dela, desdobram-se mais 2 revistas: *Mundo Estranho* (publicação mensal) e *Dossie Superinteressante* (esporádica); além de alguns livros e um site na internet.

A revista *Quatro Rodas* é publicada mensalmente pela editora abril, abordando temas do mercado e da indústria automobilística, tanto no âmbito nacional quanto internacional. Teve sua primeira publicação em agosto de 1960 e até hoje é referência. Além da revista mensal, possui guias de compras e um guia de viagem atualizado anualmente.

Com temas relacionados a saúde, estilo de vida e bem-estar, a Revista *Saúde é Vital* traz matérias que relacionam pesquisas científicas, opinião de especialistas e muito senso comum sobre como podemos melhorar vida e saúde.

A revista *Arquitetura & Construção* trabalha com temas relacionados a construção civil, arquitetura e decoração, trazendo desde novas tendências, até

³ Superinteressante 209.510, contra 89090 da Galileu; Quatro Rodas 142.364, contra 96086 da Auto Esporte e Exame, 118.951 contra 85.953 de Pequenas empresas grandes negócios. Segundo o material promocional de vendas das editoras, disponível nos links: <http://publiabril.abril.com.br/svp/tabelas/circulacao?platform_id=revista-imprensa> (editora abril) e <http://editora.globo.com/midiakit/arquivos/MidiaKit_Institucional.pdf> (editora Globo).

materiais que podem ser usados, composições, e dicas sobre como preservar e melhor aproveitar ambientes.

Metodologicamente, foi decidido fazer um recorte sincrônico, analisando esses quatro títulos publicados no mês de março de 2017. Dessa forma poderíamos entender melhor como funciona a tradução⁴ dos discursos técnicos e científicos, em diversos campos temáticos, nas revistas sobre atualidades - para assim entender como eles circulam de uma esfera para outra.

Temos como principal objetivo desse trabalho, então, entender como os discursos circulam entre gêneros e que, para isso, nas revistas estudadas, existe uma tradução que cria novos sentidos e, apesar deles estarem relacionados com discursos anteriores presentes em outras esferas (técnicas e científicas, por exemplo), eles independem apenas delas, pois ganham sentidos nas relações criadas, para as quais daremos maior atenção. Não se faz necessário categorizar esses textos como mais ou menos técnico/científicos, mas sim perceber sua importância por criar novas relações, criando pontos de encontros da sociedade com esses sentidos que vem de outras esferas.

Apesar de já explicitarmos que nosso foco não ser a divulgação científica, temos, por exemplo, para Nocchioli e Paes (2012, p. 468) *que a divulgação científica se caracteriza como um processo de recontextualização do discurso científico para o discurso geral objetivando, assim, a re-criação do conhecimento científico para uma audiência ampla e leiga*. Dessa maneira, vamos analisar como informações técnicas e científicas estão recontextualizadas nesses textos. Para nós, não poderíamos trabalhar com o termo recontextualização, pois sabemos (BAKHTIN, 2003; 2004) que para cada nova enunciação em outro contexto, temos novos significados criados que, apesar de relacionados com outros usos do discurso, se constroem de maneira nova por seus novos falantes.

Segundo Bakhtin (2003, p. 333), toda enunciação é uma resposta a outros discursos. Logo, esses textos buscam responder a um público que procura informações em um gênero com discurso simplificado. Possivelmente, para eles não é necessário entender sobre todo um campo de conhecimento, mas sim conhecer e ampliar seus conhecimentos mais genéricos.

⁴ Não confundir a tradução de discursos científicos para outras esferas com a tradução científica de artigos, livros e trabalhos acadêmicos para outras línguas, como trabalhado por Bezerra (2012) em seu artigo *tradução e criação*.

Como esse público não faz parte da ciência ou da técnica, ele precisa buscar vozes que consegue entender, ou seja, “recontextualizadas” (NICOLOCCI; PAES, 2012, p. 468) na medida em que essas vozes são colocadas em relação com temas que precisariam de muito contexto técnico, tornando-se uma fala mais acessível.

O aprofundamento do empreendimento interpretativo resulta da ampliação do contexto, fazendo emergirem mais vozes do que aquelas que são evidentes na superfície discursiva. Não para enxergar nestas vozes a fonte do dizer, mas para fazer dialogarem diferentes textos, diferentes vozes. O múltiplo como necessário à compreensão do enunciado, em si único e irrepetível. A Unicidade se deixa penetrar pela multiplicidade. Cotejar textos (voltaremos a isso enquanto caminho metodológico) é a única forma de desvendar sentidos (GERALDI, 2012, p. 29-30).

Para ser entendido, um texto precisa trazer consigo vozes que são comuns para seu leitor, para que as duas consciências criem pontes (BAKHTIN, 2004, p. 113). Esse processo de buscar entendimento na multiplicidade de vozes conhecidas é compreendido, segundo Geraldi (2012), como o processo de cotejar. Cotejar muitas vezes se torna algo inato em uma conversa do cotidiano. Duas pessoas conversando conseguem se fazer entender pelo cotejamento. Ambas, estando inseridas no mesmo contexto, podem produzir valores que vão além da língua ou do léxico. Cotejar, então, será nossa metodologia para esse trabalho.

Em uma situação comum entre duas pessoas que estão em “sintonia de contexto”, essas vozes ficam explicitadas em uma enunciação por sua própria situação. Nosso leitor já deve ter visto em alguma conversa cotidiana a frase: “-pegue a coisa do lado no negócio!”. Para uma análise sintática simples, coisa e negócio indefinem a ação. Mas se estamos envolvidos no mesmo contexto e nos mesmos fatos que precederam a enunciação podemos nos fazer entender, mesmo usando objetos indefinidos como complementos verbais.

Dar contexto a um texto é cotejá-lo com outros textos, recuperando parcialmente a cadeia infinita de enunciados a que o texto responde, a que se contrapõe com quem concorda, com quem polemiza, que vozes estão aí sem que se explicitem o porquê houve esquecimento da origem. Bakhtin nos dá dois grandes exemplos de interpretação analítica: seus estudos das obras de Dostoiévski e de Rabelais. Ao ir cotejando os textos com outros vai elaborando conceitos ou reutilizando conceitos produzidos em outros estudos (ou até mesmo em outros campos) com que se aprofunda a penetração na obra em estudo. O resultado apresentado é uma tese no

sentido de que contém um ponto de vista argumentado em que se sustenta a interpretação construída (GERALDI, 2012, p. 33).

Temos, então, um problema na linha do *tema* e da *significação* (BAKHTIN, 2004, p. 128) no qual, para entendermos os textos, precisamos entender seus contextos, ou seja, como eles estão ligados com outros textos. Quando o leitor está lendo a revista, ele traz consigo seus signos para entrar em contato com os signos presentes, só assim ele consegue gerar o entendimento.

O tema, como dissemos, é um atributo apenas da enunciação completa; ele pode pertencer a uma palavra isolada somente se essa palavra opera como uma enunciação global. Assim por exemplo, a palavra onisignificante de Marr sempre opera como enunciação completa (e não tem significações fixas precisamente por isso). Por outro lado, a significação pertence a um elemento ou conjunto de elementos na sua relação com o todo. É claro que se abstrairmos por completo essa relação com o todo, (isto é, com a enunciação), perderemos a significação. É por isso que não se pode traçar uma fronteira clara entre o tema e a significação (BAKHTIN, 2004, p. 130-131).

Nas revistas estudadas, vemos exatamente isso. Essa cadeia de sentidos vem sendo trazida para os textos, colocando as vozes do leitor em jogo com as vozes da ciência, da tecnologia e da própria sociedade, construindo nesse jogo sentidos que só são possíveis pelo embate dessas diversas vozes, que cotejam com sentidos de fora do texto para se fazer entender. Analiticamente pensando, trazemos o texto publicado na área de notas sobre as novas pesquisas da medicina da Revista *Saúde é Vital*, mais precisamente na página 19:

Um GPS dentro do tumor

O Hospital Moinhos de Vento, em Porto Alegre, é o primeiro do país a adquirir o sistema Calypso, tecnologia que deixa a radioterapia mais certa. O método envolve instalar um pequeno emissor dentro da massa cancerosa. Aí um dispositivo libera sinais que guiam as radiações direto para o tecido doente. Como é natural que, durante as sessões, os órgãos se movimentem por causa da respiração

ou mudanças de posição do paciente, o aparelho acompanha as alterações e corrige o rumo dos feixes radioativos. “Nos tumores de próstata, é possível diminuir a margem de ação da terapia de 1 centímetro para 3 milímetros”, compara o radio-oncologista Wilson de Almeida Junior, coordenador da Unidade de Radioterapia e Radiocirurgia do hospital. O sistema torna mais preciso o combate à doença em órgãos do tórax, do abdômen e da pelve.

FIGURA 01: Um GPS dentro do tumor – Revista *Saúde é Vital*. Março de 2017, p. 19.

A pesquisa do hospital Moinhos de Vento de Porto Alegre, provavelmente, não utilizou a metáfora GPS para explicar o novo método de localização em tempo real dos tumores. Mas, para o leitor da revista, comparar com um GPS – instrumento técnico muito comum na vida cotidiana – se torna vital para o entendimento de como funciona a nova técnica. A partir de uma construção textual de cotejamento, temos uma voz no texto que melhora o entendimento do que foi desenvolvido nessa pesquisa.

O artefato GPS, que nos dá a geolocalização através de satélites na órbita terrena, até há alguns anos atrás se limitava ao trabalho técnico de alguns profissionais, porém, na última década, teve vendas massivas como *gadgets* para

carros e, nos últimos anos, começou a fazer parte da maioria dos *smartphones*. Podemos imaginar que a grande parte das pessoas hoje, se não possui um aparelho com essa função, já escutaram falar sobre ela. Dessa forma, aproximar o leitor do texto utilizando essa voz, torna o texto mais inteligível e agradável ao leitor.

Essa tradução, muito comum nesse gênero, se dá pelas diversas redes de signos ideológicos que são necessários para ser entendido em um ambiente de encontro. É esse encontro de palavras que vamos buscar para categorizar esse gênero como um lugar em que a tradução se torna objeto prático para sua produção.

Dentro de uma perspectiva bakhtiniana, a mídia de massa pode ser conceituada como uma “rede complexa de signos ideológicos” situada no interior de ambientes múltiplos – o ambiente gerador dos meios de comunicação, o ambiente gerador ideológico mais amplo e o ambiente gerador socioeconômico - cada um com as próprias especificidades. A televisão, nesse sentido, constitui um microcosmo eletrônico, uma versão contemporânea do romance onívoro de Bakhtin, que reflete e abastece, distorce e amplifica a heteroglossia local. É claro que a heteroglossia da televisão de certas maneiras é severamente comprometida, truncada; muitas vozes sociais jamais são ouvidas ou são severamente distorcidas. Mas como matriz na qual os discursos centrípetos/ dominantes e centrífugos/opositores se confrontam, a mídia de massa talvez nunca reduza completamente o diálogo antagônico das classes no que Jameson chama de “reconfortante cantinela da hegemonia burguesa”. Existem padrões de supremacia, claras tendências ideológicas, mas a dominação nunca é completa, pois a televisão não constitui apenas dos seus próprios donos e gerentes executivos; ela também é constituída pelos participantes criativos, funcionários e audiência, que podem resistir, pressionar e decodificar (STAM, 2010, p. 333).

Para cada público, o texto inicial torna-se outro e, primeiramente, é preciso entender qual o grau de aprofundamento que esse outro precisa para conseguir entendê-lo. Faz-se necessário destacar que esse “aprofundamento” só se dá no encontro de duas consciências, trocando seus signos. Para uma pessoa leiga no assunto, quanto menos dificultoso for a fala inicial e quanto mais do outro for possível trazer, melhor vai ser seu contato. Quanto mais o outro sabe, mas é possível aprofundar e assim dar caminhos para poder adentrar mais sobre o conteúdo.

Podemos imaginar isso como um lago. Não necessariamente todos precisam fazer a mesma experiência e ter o mesmo aprofundamento para conhecer e entender o lago. Alguns andam pela borda, outros molham os pés, alguns nadam e existem até as pessoas que mergulham para descobrir o que tem na profundidade desse lago. Poderíamos expandir para colocar alguém que vai estudar o PH da água

do lago e sua composição, o pescador, o biólogo que estuda a vida em seu entorno, etc. Todos tem um grau de aprofundamento diferente com a experiência lago. Cada um usa o que precisa, sem precisar extrapolar sua experiência mais do que necessário (o diferente dentro do mesmo).

Essa relação vai de encontro com o pensamento e os paradoxos do *design* moderno, como vamos perceber no segundo capítulo. Ao pensarmos em uma geladeira, por exemplo, se ela tem espaço e mantém sua comida na temperatura ideal, ela é uma geladeira funcional. Mas, hoje, uma se diferencia de outra por questões de *design*. Tamanho, beleza, usabilidade, divisão, conexão à internet, etc., são os diferenciais de mercado oferecidos em uma geladeira. Nos dias atuais, com o avanço da IoT⁵ essa geladeira pode ser pensada, por exemplo, para quem tem uma vida agitada e não tem tempo de fazer lista de compras. Como ela pode estar conectada à internet, o usuário poderia acessá-la do mercado e ver o que está faltando. Novas ideias, surgidas a cada dia, apontam até que será possível, em breve, que uma geladeira sozinha consiga montar uma lista de compras e enviar ao usuário.

O *design* se preocupa com a particularidade de cada grupo social, tentando transformar a experiência do usuário em algo mais amigável. Hoje, vemos, por exemplo, que a maioria dos sistemas operacionais para celulares já prevê o uso por pessoas com dificuldades na visão – como idosos – e traz em suas configurações a possibilidade de aumentar a fonte e o contraste. Isso tudo inclui esses grupos diversos ao uso do aparelho e, ao invés de criar uma exclusão, acaba criando um novo universo de possibilidade de usuários. De certo modo, o *design* pode ajudar a incluir todos os públicos aos resultados de nossa revolução tecnológica.

⁵ IoT, conhecido no Brasil como Internet das Coisas (*Internet of Things*) é um termo criado no final do século passado pelo instituto de tecnologia de Massachusetts (MIT) para definir uma ideia de rede que interligava objetos físicos, prédios, veículos, a fim de criar uma colaboração coletiva de informações por radiofrequências. Hoje, imagina-se que ela ligue todos esses objetos pela internet e que cada um deles possa dar informações variadas para os mais diferentes usos (GASPARETTO; PEDROZO; OLIVEIRA, 2016). Hoje, alguns dispositivos já se integram em nossas vidas fazendo isso, mesmo sem percebermos. Segundo o próprio *blog* do Google, se o usuário não cancelar, previamente, nas opções de privacidade de seu *smartphone*, a empresa coleta dados, como a posição de geolocalização, para criar informações sobre o trânsito, por exemplo. Apesar dessa discussão parecer caminhar para questões problemáticas relativas à privacidade do usuário, apontamos para os diversos potenciais que a Internet das Coisas pode criar ao coletar milhares de dados e cruzá-los. Poderíamos, em um pequeno exemplo, aproveitar informações sobre temperatura, pressão e chuva e melhorar nosso entendimento sobre o clima mundial. Muitos campos da ciência e da tecnologia poderão se beneficiar e melhorar nossas vidas nos próximos anos com essas informações.

Podemos destacar, inclusive, a revolução midiática que experienciamos no começo desse novo século, com as mudanças nas mídias tradicionais. Se antes as grandes produções eram veiculadas em apenas uma mídia, hoje a resposta ativa dos “consumidores” é utilizada quase em tempo real para a própria criação das mesmas. Jenkins (2009) nos conta sobre a cultura de convergência, pela qual as mudanças nos meios midiáticos começam a ser pensadas para fazer parte de diversas mídias. Muito além dos produtos vendidos em subsequência de uma marca, temos hoje o engajamento cultural das pessoas com as produções.

Convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos. Este livro é sobre o trabalho – e as brincadeiras – que os espectadores realizam no novo sistema de mídia (JENKINS, 2009, p. 30).

No âmbito desta pesquisa, vale ressaltar que essas mudanças criam *links* hipertextuais que, através das diversas vozes, mudam os meios de produção. Como vamos explicar no decorrer de nosso trabalho, apesar dessas forças ficarem mais evidentes nos dias atuais com a convergência midiática, a voz outra sempre esteve presente, mesmo que imaginada, no horizonte de produção de todo e qualquer texto. *A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros* (JENKINS, 2009, p. 30). Esse novo modelo pode facilitar as interações mas, como vamos perceber ainda, trabalhamos com um gênero impresso que não se utiliza dessa resposta em tempo real da mesma forma que explicitado no livro. De todo modo, devemos imaginar que essa resposta sempre existiu, mas agora, com os novos meios de comunicação e mídia ela se dá de outra forma.

O mundo interior e a reflexão de cada indivíduo têm um auditório social próprio bem estabelecido, em cuja atmosfera constroem suas deduções interiores, suas motivações, apreciações, etc. Quanto mais aculturado for o indivíduo, mais o auditório em questão se aproximará do auditório médio da criação ideológica, mas em todo caso o interlocutor ideal não pode ultrapassar as fronteiras de uma classe e de uma época bem definidos (BAKHTIN, 2004, p. 113)

Com isso, focamos a busca por compreender como podemos elencar as diversas vozes presentes nas matérias das revistas para poder entender o caminho da geração dos pontos de encontros entre os mais diversos níveis de distribuição de conhecimento e como o olhar do *design* pode ajudar essas construções, facilitando, assim, para qualquer produtor de conteúdo trabalhar com qualquer público possível e, no nosso olhar, como os discursos da ciência e da técnica são passados para sociedade nesse gênero, em específico.

Podemos pontuar, primeiramente, que, para cada outro que temos, é preciso se preocupar em como se dizer, procurando relações que o outro entenda. O interessante não está apenas no projeto de dizer, nele temos apenas uma parte do sentido. É necessário entender quem é esse outro e orientar-se por ele para conseguir construir o texto.

O critério da profundidade da compreensão como um dos critérios supremos do conhecimento em ciências humanas. A palavra, caso não seja deliberadamente falsa, é insondável. Ganhar profundidade (e não altura e amplitude). O micromundo da palavra. O enunciado (produção do discurso) como um todo individual singular historicamente único (BAKHTIN, 2003, p. 334).

Buscamos compreender, então, a relação que se dá para esse entendimento que só deverá funcionar a partir da escuta ativa do outro, sabendo assim, ouvir quais são as vozes que se fazem presentes em seu cotidiano e, a partir desse fato, entender como o cotejamento funciona nesse gênero textual de encontro entre os discursos científicos e técnicos com a sociedade.

Nota-se aqui a primeira referência ao termo “autor”, o criador de uma narrativa, podendo já ser comparado ao “designer”, o criador de um projeto. Embora não haja necessariamente a presença de uma narrativa em um projeto de Design, a finalidade geralmente é a mesma de uma obra narrativa: comunicar algum sentido para alguém (BECARI; SMYTHE, 2011, p. 3).

Vale ressaltar que esse “escutar o outro” já é parte integrante do trabalho de qualquer tipo de *designer* – seja ele gráfico, ou um redator da revista (que aproximaremos para esse trabalho olhando para ele como um *designer* da escrita de textos), um arquiteto, um designer de produto, um roteirista de televisão, etc. – e que esse fator de aproximação que o *design* faz é extremamente pensado nas revistas

que vamos estudar. *Todo criador recria a lógica do próprio objeto, mas não a cria nem a viola. Até uma criança que brinca recria a lógica daquilo com o que brinca* (BAKHTIN, 2003, p. 321). Essa construção dialógica de conhecimento deve ser pensada, posteriormente, a outras esferas da sociedade, facilitando assim o entendimento de diversos tipos de texto. Deve ser explorado pois, como percebemos com desenvolvimento deste trabalho, facilitar o conhecimento de informações ajuda a interessar o leitor com o projeto de dizer e se, hoje, podemos dizer que poucos se interessam em se aprofundar em um discurso científico, podemos levantar hipóteses de que o distanciamento da linguagem auxilia nesse processo.

Neste estudo, não vamos nos preocupar com o rigor das informações que a ciência ou a técnica produzem pois, para nós, até mesmo os discursos “não científicos”, como o senso comum, ou qualquer outro discurso que aparece nesses textos como vozes que os permeiam, não podem ser descartados. Quanto mais vozes, mais alargamos o entendimento sobre os objetos, quanto mais alargamos, maiores são as relações sociedade / ciência / técnica. Também não buscamos os discursos fundadores dos temas, fazendo uma comparação de como o discurso se modificou. Traremos vozes e alguns dos possíveis caminhos de compreensão que teremos com elas.

Para entendermos esse posicionamento, voltamos a já mencionada metáfora do lago. Pensemos que o conhecimento geral, e alguns textos mais superficiais, como as publicidades, são as pessoas que vão até a beirada desse lago e ficam na “praia”. Elas têm uma noção do todo mas não se aprofundam em algo específico. Quem lê a matéria, que é um texto mais desenvolvido e profundo, tem a possibilidade de nadar na superfície do lago. Os engenheiros, biólogos, médicos e demais especialistas (ciência e tecnologia) conseguem nadar melhor nesse lago e inclusive mergulhar. Aprofundando o máximo possível em seu conhecimento. Não pretendemos, então, trazer à tona qual o grau de aprofundamento sobre determinado assunto que seria melhor, mas sim quais são os meios que podemos utilizar para facilitar o acesso das pessoas ao lago e, posteriormente, conhecendo o lago, mais e mais pessoas poderiam querer mergulhar, isso é, se envolver com discursos mais profundos.

Com as metodologias do *Design* temos uma forma, um caminho, de como ordenar as informações textuais e o conteúdo em uma página, para assim poder ter

melhor entendimento pelo outro. Por isso, vamos caminhar nos próximos capítulos pelos estudos dos gêneros, do *design* e da própria construção discursiva para poder melhor levantar essa discussão.

1 O GÊNERO “REVISTA DE ATUALIDADES”

Ao olharmos para as quatro revistas em questão, apesar de tratarem de temas diversos (carros, “ciência”, “saúde”⁶ e arquitetura), podemos perceber características estilísticas comuns. Esse estilo, apesar de os textos da revista serem construído por diversos autores que trabalham nos editoriais, aparecem como um fio condutor para essas revistas. Todas trazem o mesmo tipo de linguagem, buscam léxico mais simples e, como estamos levantando, traduzem de diversas formas informações mais complicadas.

Segundo Bakhtin (2003, p. 265), *todo enunciado oral ou escrito, primário e secundário é também qualquer campo da comunicação discursiva... – é individual e por isso pode refletir a individualidade do falante (e de quem escreve), isto é, pode ter estilo individual. Entretanto nem todos os gêneros são igualmente propícios a tal reflexo da individualidade do falante.* Nesse gênero em questão, vemos uma tentativa de apagamento do autor como pessoa individual, tentando criar assim uma voz autoral única nas revistas. Para isso, as notas e alguns textos deixam de lado o crédito de autoria, que só aparece nas matérias maiores. Isso acontece mesmo quando o autor estabelece uma relação mais íntima com o leitor. Ele pode falar em primeira pessoa, pode contar suas experiências, mas não necessariamente vamos ver uma foto e o nome dele em destaque.

Com base em estudos anteriores (PUGLIESE, 2013), observamos que na revista *Superinteressante* algumas autorias em sua temporalidade eram repetidas, vendo que algumas matérias sobre a temática do fim do mundo pertenciam ao mesmo autor. Porém, nesse recorte sincrônico que estamos propondo em nosso estudo, não será possível levantar essa particularidade. Por hora, podemos perceber que essa tentativa de apagamento cria no leitor a impressão de estar lendo, do começo ao fim das revistas, a mesma unidade autoral, assim como, ao lermos as

⁶ As palavras ciência e saúde estão propositalmente entre aspas para explicitar uma voz muito comum para aqueles que observam esse gênero com do ponto de vista acadêmico. Os assuntos tratados passam pela discussão sobre sua construção e muitas vezes são chamados de pseudocientíficos (POPPER, 2001; KHUN, 1979) (até por trazerem em suas construções vozes que não são, necessariamente, da ciência e por estarem sempre embarcados de senso comum e interpretação). Para nós, não nos interessará elencar as distorções como “boas” ou “más”, nem nenhum tipo de classificação por seu grau. Apenas estamos interessados em levantar as vozes presentes nesses discursos e ver como esses textos se constituíram.

quatro revistas, conseguimos ver características próximas de facilitação de conteúdo, como vamos ver mais à frente.

Na imensa maioria dos gêneros discursivos (exceto nos artísticos literários), o estilo individual não faz parte do plano do enunciado, não serve como um só objetivo seu, mas é, por assim dizer, um epifenômeno do enunciado, seu produto complementar. Em diferentes camadas e aspectos de uma personalidade individual, o estilo individual pode encontrar-se em diversas relações de reciprocidade com a língua nacional (BAKHTIN, 2003, p. 265-266).

Do ponto de vista visual, podemos separar as revistas em dois blocos: as que trazem apelo visual e metáforas gráficas em demasia; como a revista *Superinteressante* e a *Saúde é Vital*; e as revistas com *design* mais formal, nas quais os recursos visuais não são tão explorados, e sim apenas o texto e as fotografias; como a *Quatro Rodas* e a *Arquitetura & Construção*.



FIGURA 02: Uma comparação dos recursos gráficos exagerados nas revistas Revista *Saúde é vital* e *Superinteressante*. Março de 2017.



FIGURA 03: O layout mais organizado e sério da revista *Quatro Rodas* e *Arquitetura & Construção*. Março de 2017.

Apesar dessa construção visual diversificada, os textos costumam ser igualmente construídos com os mesmos recursos linguísticos e com a mesma construção de unidade que já citamos anteriormente e que será percebida no decorrer de nossas análises.

O estilo é indissociável de determinadas unidades temáticas e – o que é de especial importância – de determinadas unidades composicionais: determinados tipos de construção de conjunto, de tipos do seu acabamento, de tipos de relação do falante com outros participantes da comunicação discursiva – com os ouvintes, os leitores, os parceiros, o discurso outro, etc. (BAKHTIN, 2003, p. 266).

Como podemos perceber nas revistas, os discursos outros são base fundamental para montar o discurso principal e para cotejar com outros discursos para o entendimento. Nenhum autor foi criador (e entendemos que de maneira geral, nenhum autor nunca é) de um determinado assunto. Ele pesquisa, entrevista, procura, se informa, retrata de outra forma, mas o discurso outro é a base formadora de seu discurso.

Essa característica é fundamental para formar um discurso a partir de diversos outros é uma das principais do gênero ora pontuado. Construir um texto que, por princípio composicional, precisa de diversas vozes para se constituir e para ser entendido. Para isso ele se torna o local de encontro de diversos outros gêneros (textos técnicos, textos de divulgação publicitária, textos publicados em revistas de artigos científicos, senso comum, etc.) criando assim uma relação intergenérica dentro da revista.

Os enunciados extraliterários e as suas fronteiras (réplicas, cartas, diários, discurso interior, etc.) transferidos para a obra literária (por exemplo, para o romance). Aqui se modifica o seu sentido total. Sobre eles recaem os reflexos de outras vozes e neles entra a voz do próprio autor (BAKHTIN, 2003, p. 320).

Por si só, essas revistas já são totalmente intergenéricas, ou seja, elas são construídas pela junção de diversos outros gêneros. Temos nelas as falas dos leitores, os editoriais, propagandas, matérias aparentemente compradas com foco em pessoas ou produtos, construindo assim um gênero formado por diversos outros gêneros. *Onde há estilo há gênero. A passagem de um gênero para outro não só*

modifica o som do estilo nas condições do gênero que não lhe é próprio como destrói ou renova tal gênero (BAKHTIN, 2003, p. 268).

Sobre a linguagem, apesar de classificá-la com um estilo de linguagem mais comum e cotidiana, de léxico mais fácil, não cabe criar um sistema de classificação da linguagem usados nos diversos gêneros, até por que essa abstração sempre se mostrou *pobre* (BAKHTIN, 2003, p. 267).

Por exemplo, numa gramática acadêmica da língua russa recentemente publicada são apresentadas as seguintes variedades estilísticas da língua: o discurso do livro, o discurso popular, o discurso técnico abstrato-científico, técnico-científico, jornalístico-publicístico oficial, familiar cotidiano, discurso popular vulgar. Paralelamente a esses estilos de linguagem, figuram modalidades estilísticas: palavras dialéticas, palavras arcaicas, expressões profissionais. Semelhante classificação dos estilos é absolutamente casual, baseia-se em diferentes princípios (fundamentos) de divisão em estilos. Além disso, essa classificação é também pobre e pouco diferenciada. Tudo isso é resultado direto da incompreensão da natureza de gêneros dos estilos de linguagem e da ausência de uma classificação bem pensada dos gêneros discursivos por campo de atividade (bem como da distinção, muito importante para estilística, entre os gêneros primários e secundários) (BAKHTIN, 2003, p. 267).

Ainda segundo Bakhtin, tais tentativas de classificação da linguagem “nos separam inexoravelmente da enunciação e sua estrutura concreta, remetendo-nos ao sistema abstrato da língua” (BAKHTIN, 2011, p. 63-64). Com isso, pontuamos o tipo de linguagem para melhor compreensão da proposta de tradução. Se esse gênero trouxesse um léxico confuso ou rebuscado para o leitor, com informações demasiadamente subentendidas, ele não seria um gênero de facilitação de conteúdo, mas sim um gênero para pares que entendem todos os subentendidos dessa discussão.



FIGURA 04: Poesia Geométrica – Revista *Arquitetura & Construção*. Março de 2017, p. 20.

Na matéria da página 20 da revista *Casa & Construção* de março de 2017 temos a apresentação de peças vazadas para separar ambientes. A matéria já começa com o título de “poesia geométrica”, dessa forma trazendo para o texto (e corroborando com a beleza da foto) que uma peça vazada é uma construção estética (poesia). Logo abaixo, no subtítulo, temos o enunciado: *versáteis, as peças vazadas se reinventam como um coringa em diferentes situações*. A palavra *coringa* vem para produzir o valor de alguma coisa que não era esperada, mas que funciona trazendo atributos a mais para o ambiente – como uma carta coringa em um jogo de baralho. Posterior o texto fala em *funcionalidade, poética e efeitos luz e sombra*. Essa construção de sentido reafirma que, uma peça em desuso pela arquitetura (segundo o texto, muito comum na arquitetura moderna da década de 50), pode trazer um efeito funcional de separação de ambientes, com toda a beleza de uma poesia. Comparar com uma poesia joga com a ideia de algo bonito e que deve ser apreciado.

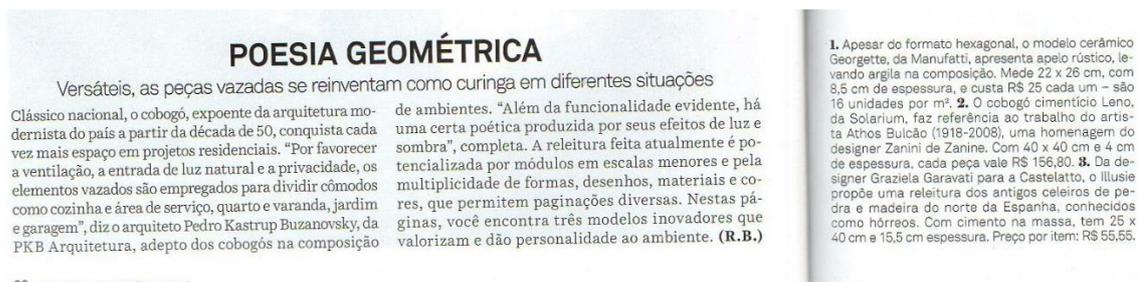


FIGURA 05: Poesia Geométrica – Texto – Revista *Arquitetura & Construção*. Março de 2017, p. 20.

Mesmo sem ser arquiteto ou profissional da área, o leitor é comprometido a olhar para a foto e perceber se a fala da matéria faz sentido. Ainda ele é cotejado por outras informações como pessoas que utilizaram em seus *designs*, tipos da peça, material e preço. Para finalizar, ele ainda adjetiva as fotos com “três modelos inovadores que valorizam e dão personalidade ao ambiente”.

Esse é um exemplo claro de um texto entendido pelo cotejamento. No caso, as fotos são utilizadas para demonstrar o ponto de vista do autor e como as peças ficam prontas. Não se apresenta uma construção ou uma sala sem móveis. A ideia é que o leitor veja a peça em uso, como se fosse visitar a sala de alguém que está utilizando esse material.

O entendimento dessas matérias se dá no encontro das palavras. Seja cotejando com textos externos, seja cotejando com textos dentro do próprio texto (no caso as fotos e a ideia de uma casa pronta – que pode ser a sua). O leitor precisa de subsídios cotidianos para entender o que está sendo falado. Não se pressupõe que o leitor sabe tudo, pressupõe-se que ele sabe o mínimo possível e que quanto melhor for explicado, melhor ele entendera o texto.

Toda compreensão da fala viva, do enunciado vivo é de natureza ativamente responsiva (embora o grau de ativismo seja bastante diverso); toda compreensão é prenhe de resposta, e nessa ou naquela forma a gera obrigatoriamente: o ouvinte se torna falante. A compreensão passiva do significado do discurso ouvido é apenas um momento abstrato da compreensão ativamente responsiva real e plena, que se atualiza na subsequente resposta em voz real alta. Os gêneros da complexa comunicação cultural, na maioria dos casos, foram concebidos precisamente para essa compreensão ativamente responsiva de efeito retardado. Tudo o que aqui dissemos refere-se igualmente, *mutatis mutantis*, ao discurso escrito e ao lido (BAKHTIN, 2003, p. 271-272).

Apesar de tentar direcionar o leitor com o cotejamento para um entendimento esperado, não há garantia de que essa compreensão irá se dar

totalmente como esperado. Do lado do leitor temos um ser vivente constituído por sua própria ideologia. Ele vai valorar essas informações, discordar, concordar, não gostar, e talvez apenas ler a informação sem ter que criar um juízo mais profundo. Ele pode estar apenas se informando, e não pensando se ele vai colocar ou não esse tipo de divisória em sua casa ou projeto.

Logo, apesar de pontuarmos caminhos para o entendimento, cairíamos em uma falácia quando pensarmos que ele se daria de forma abstrata. O autor da matéria pensou X e o leitor, a partir do cotejamento, entendeu X.

O próprio falante está determinado precisamente a essa compreensão ativamente responsiva: ele não espera uma compreensão passiva, por assim dizer, que apenas duble o seu pensamento em voz alheia, mas uma resposta, uma concordância, uma participação, uma objeção, uma execução, etc. (os diferentes gêneros discursivos pressupõem diferentes diretrizes de objetivos, projetos de discurso dos falantes ou escreventes). O empenho em tornar inteligível a sua fala é apenas um momento abstrato do projeto concreto e pleno de discurso falante (BAKHTIN, 2003, p. 273).

Inclusive podemos pontuar que, uma das possibilidades (dentre infinitas) desse leitor, é estar criando um depósito de informações para, quando o tema “divisórias” aparecer em um enunciado, ele saiba que umas das tendências de 2017, segundo a revista *Arquitetura & Construção*, é/foi as divisórias com tijolos vazados que remetiam a década de 50, podendo assim trazer essa voz para sua própria enunciação.

Também não podemos separar o fato de que, o próprio autor das matérias já está respondendo a enunciados que estão circulando pelas esferas discursivas. Seja quando ele traz uma opinião do mercado (como no caso citado na matéria acima), quando ele busca uma inovação tecnológica, uma nova pesquisa na área da saúde ou da ciência

Ademais todo falante é, por si mesmo um respondente em maior ou menor grau: por que ele não é o primeiro falante, o primeiro a ter violado o eterno silêncio do universo, e pressupõe não só a existência do sistema de língua que usa, mas também de alguns enunciados antecedentes – de seus alheios – com os quais o seu enunciado entra nessas ou naquelas relações (baseia-se neles, polemiza com eles, simplesmente os pressupõe já conhecidos do ouvinte). Cada enunciado é um elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados (BAKHTIN, 2003, p. 272).

Desse modo, o gênero “revista de atualidades” é construído por diversas vozes relacionadas não apenas entre elas, mas relacionadas com o leitor. Se esquecermos desse papel ativo do leitor na hora de construir as contra-palavras, vamos cair em uma análise abstrata que se *coloca sob uma condição: a de ser compreendida apenas como uma abstração e não ser apresentada como fenômeno pleno concreto e real; ela se transforma em uma ficção* (BAKHTIN, 2003, p. 273).

Vale ressaltar, sobretudo, que a alternância entre falantes nas quatro revistas acontece de uma maneira que não aproveita todo o potencial tecnológico de nossa época. A comunicação com o público acontece *on-line* (através do e-mail e das redes sociais), porém, as sessões de resposta dos leitores, nesse gênero em específico, acontecem apenas na edição seguinte (A sessão “comente” da Revista *Arquitetura & Construção*; “mural do leitor” da revista *Saúde é Vital*; “viva-voz” na revista *Quatro Rodas* e a sessão “oráculo” da revista *Superinteressante* que traz perguntas diversas do leitor, não apenas comentários sobre as edições passadas). Apesar de existir uma comunicação mais ativa, hoje em dia, na transmutação do gênero revista para os meios *on-line*, onde os próprios comentários viram hipertextos (KOCH, 2007), os textos da revista impressa não conseguem, ainda, trazer essa resposta ativa hipertextual. Pontuamos como “ainda” a própria revista *Superinteressante* já se encontra com uma diagramação diferenciada para internet na plataforma *Go Read*⁷ (comércio e leitura de revistas *on-line*), apontando possivelmente para que, em um futuro próximo, o gênero revista impressa migre para um outro gênero, hipertextual e *on-line*. Precisamos pensar que os *velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias* (JENKINS, 2009, p. 40). Dessa forma, apesar dessa nova construção parecer interessante para modificar o gênero revista, possivelmente, como já está acontecendo, vamos ver ambos caminhando juntos.

⁷ Disponível em https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.goread.android&hl=pt_BR.

Amei a matéria de capa. Infelizmente todos nós acabamos caindo em armadilhas engordativas. E isso acontece diariamente! Vamos ficar mais atentos para mantermos a saúde em dia.
Viviane Torres, via Facebook

Quando vi a capa, já fiquei louca para receber o meu exemplar.
Edjaneide Souza, via Instagram

Esta edição está sensacional. Adorei a reportagem sobre a influência da alimentação na enxaqueca. Sofro muito!
Josivany Duque, via Instagram

Comecei a ler a nota sobre hambúrguer de caju [Seção *Nutrição*], mas, para a minha surpresa, a frase final foi cortada pela metade.
Sandra Rodrigues, via Facebook

Foi falha nossa, Sandra. Na linha que ficou faltando, a cientista disse que o hambúrguer é apenas um dos subprodutos possíveis de serem feitos a partir do bagaço do caju.

Tilápia é o peixe de água doce mais gostoso que eu já comi. Parabéns pela reportagem *A Mesa Está Para Peixe*, da edição 412.
Victor Morais, via Instagram



A jornalista Lilian Rambaldi, da Editora Abril, fotografou seus avós e a coleção de revistas SAÚDE que eles têm. Repare como encadernam os exemplares e catalogam as matérias por assunto. É graças ao carinho dos leitores que seguimos muito motivados.

FIGURA 06: Sessão “Mural do leitor” – detalhe texto – Revista *Saúde é Vital*. Março de 2017, p. 06.

Podemos, então, aprofundar o fato da resposta direta tardia e da construção dos textos pensada para o público consumidor da revista como *limite preciso dos enunciados da revista* (BAKHTIN, 2003, p. 275) que ajudam a definir esse gênero como parte de um gênero secundário a partir de seus enunciados.

Logicamente que, hodiernamente, essa construção pensada para o público consumidor acontece de forma mais ativa a partir dos indícios enunciativos em opiniões e temas que se dão nos desdobramentos *online*, mas tentar abarcar todas essas relações expandiriam muito nosso estudo. Também, como já pontuamos, não pretendemos chegar a um discurso inicial que serviu para que um ou outro tema fosse abordado. Queremos ver como essa relação enunciativa formada por diversas vozes constituem um gênero, que assim como outros gêneros, consegue utilizar o

cotejamento para construir a tradução de um discurso mais técnico para um discurso voltado para sociedade.

Nos gêneros secundários do discurso, particularmente nos retóricos, encontramos fenômenos que parecem contrariar essa nossa tese. Muito amiúde o falante (ou quem escreve) coloca questões no âmbito do seu enunciado, responde a elas mesmas, faz objeções a si mesmo e refuta suas próprias objeções. etc. mas esses fenômenos não passam de representação convencional da comunicação discursiva nos gêneros primários do discurso. Essa representação caracteriza os gêneros retóricos (lato-sensus, incluindo algumas popularizações científicas) contudo, diferentes outros gêneros secundários (artísticos e científicos) se valem de diferentes formas de introdução, na construção do enunciado, dos gêneros de discurso primários e relações entre eles (note-se que aqui eles sofrem transformações de diferentes graus, uma vez que não há real alternância real de sujeitos). É essa a natureza dos gêneros secundários (BAKHTIN, 2003, p. 276).

Vale ressaltar também, que mesmo nos meios tido hoje como “online”, temos gêneros secundários, pois, por mais rápida que seja a resposta ou o comentário, em determinados momentos as réplicas e tréplicas, se existirem, podem (ou não) demorar para acontecer, fazendo com que assim, não seja vista uma real alternância entre os sujeitos. Não teremos essa relação ativa do falando “no mesmo tempo”. Essas falas são subentendidas no próprio texto por se tratar de um gênero secundário escrito e publicado, e, portanto, as levamos apenas ao horizonte de produção. Apesar disso não podemos olhar para o enunciado procurando barreiras de onde começa e termina essa participação do outro. Por toda a revista vemos o convite, nos enunciados, ao leitor. Isso se dá por perguntas, por afirmações e por uma colocação verbal que se aproxima muito de uma conversa, não de um texto científico.

Imaginamos o que o falante quer dizer, e com essa ideia verbalizada, essa vontade verbalizada (como a entendemos) é que medimos a conclusibilidade do enunciado. Essa ideia determina tanto a própria escolha do objeto (certas condições de comunicação discursiva, na relação necessária com os enunciados antecedentes) quanto os seus limites e sua exauribilidade semântico-objetal. Ela determina como será construído o enunciado (BAKHTIN, 2003, p. 276).

Essas características constroem, então, o gênero que estamos estudando. As quatro revistas, apesar de suas temáticas distintas são escritas de forma muito parecida possuindo um estilo comum. Como vamos perceber em todas as nossas

análises, apesar de estarem em revistas diferentes, o texto tem uma construção (ou um tom) comum. Se parecem em diversas formas. Por essa similaridade, será mais fácil entender o fenômeno da tradução de forma comum, mesmo se tratando de temas diferentes.

Assim, ao analisarmos esses textos não vamos olhar para eles de forma gramatical⁸. Nesse sentido, a construção semântica ou a ordem sintática dos elementos de uma frase não são levadas em conta de maneira central. Analisamos as vozes presentes nesse discurso, a fim de observar como elas estão presentes de forma mais amigável a um possível leitor. Abordaremos os enunciados dentro de seu contexto e não individualizados.

Quando escolhemos um determinado tipo de oração, não escolhemos apenas para uma oração, não fazemos por considerarmos o que queremos exprimir com determinada oração; escolhemos um tipo de oração do ponto de vista do enunciado *inteiro* que se apresenta à nossa imaginação discursiva e determina nossa escolha. A concepção sobre a forma do conjunto do enunciado, isto é, sobre um determinado gênero do discurso guia-nos no processo do nosso discurso. A ideia do nosso enunciado em seu conjunto pode, é verdade, exigir para sua realização apenas uma oração, mas pode exigir-las em grande número. O gênero escolhido nos sugere os tipos e os seus vínculos composicionais (BAKHTIN, 2003, p. 286).

Esses vínculos composicionais são as chaves para levantarmos as vozes presentes em nosso estudo. A partir do momento em que analisamos tais vozes no texto, percebemos como foram alteradas de seu discurso original, mesmo sem precisar ir até a fonte. O léxico mais simples, as relações criadas com o cotejo (como a metáfora do GPS descrita na introdução) e as figuras que ajudam a compor esse texto (assim como o *design* das páginas), fazem com que os sentidos sejam direcionados para o leitor entender, e isso não está, de maneira nenhuma, ligado com a construção sintática das frases, mas sim com sua produção enunciativa.

Em cada época, em cada círculo social, em cada micromundo familiar, de amigos e conhecidos, de colegas, em que o homem cresce e vive, sempre existem enunciados investidos de autoridade que dão o tom, como obras de arte, ciência, jornalismo político, nas quais as pessoas se baseiam, as quais elas citam, imitam, seguem. Em cada época e em todos os campos da vida

⁸ Existem estudos na área da divulgação científica, como por exemplo Goldstein, Louzada e Ivamoto (2009) que trazem uma perspectiva parecida com a ideia de tradução, porém focada na análise sintático/morfológica da construção das frases na enunciação científica, separando em sujeito, verbo e predicado e em suas relações com a parafraseagem, vocabulário, interlocutores e intertextos, figuras de linguagem e elementos articuladores.

e da atividade, existem determinadas tradições, expressas e conservadas em vestes verbalizadas: em obras, enunciados, sentenças, etc. Sempre existem essas ou aquelas ideias determinantes dos “senhores do pensamento” de uma época verbalmente expressas, algumas tarefas fundamentais, lemas, etc. Já nem falo dos modelos de antologias escolares nos quais as crianças aprendem a língua materna e, evidentemente, são sempre expressivos (BAKHTIN, 2003, p. 294).

Como dito na introdução, trabalhamos com o gênero em questão na linha do *tema* e da *significação*. Se a *significação* opera na linha morfológica dos elementos linguísticos da frase, o *tema* está relacionado com seu contexto e com os sentidos das palavras, com sua entonação. Trazendo o exemplo de Bakhtin (2004, p. 128-129) a frase “que horas são?” pode trazer diversos sentidos dependendo de seu contexto. Podemos estar querendo saber as horas, mas também podemos estar interrompendo um falante e fazendo que se dê conta que já extrapolou seu tempo de fala. Perguntar “que horas são?” quando estamos esperando algo é muito diferente de perguntar quando estamos atrasados. Apesar de diversos sentidos e *temas* diferentes, sua *significação* sempre é idêntica.

Entretanto, se nos limitássemos ao caráter não reiterável e historicamente único de cada enunciação concreta, estaríamos sendo medíocres dialéticos. Além do tema, ou, mais exatamente, no interior dele, a enunciação é igualmente dotada de uma significação. Por significação, diferentemente do tema, entendemos os elementos da enunciação que são reiteráveis e idênticos cada vez que são repetidos. Naturalmente, esses elementos são abstratos: fundados sobre uma convenção, eles não têm existência concreta independente, o que não os impede de formar uma parte inalienável, indispensável, da enunciação. O tema da enunciação é na essência irreduzível a análise. A significação da enunciação, ao contrário, pode ser analisada em um conjunto de significações ligadas aos elementos linguísticos que a compõem. O tema da enunciação: “Que horas são?”, tomado em ligação indissolúvel com a situação histórica concreta, não pode ser segmentado. A significação da enunciação: “Que horas são?” é idêntica em todas as instâncias históricas em que é pronunciada; ela se compõe das significações de todas as palavras que fazem parte dela, das formas de suas relações morfológicas e sintáticas, da entoação interrogativa, etc. O tema é um sistema de signos dinâmico e complexo, que procura adaptar-se adequadamente às condições de um dado momento da evolução. O tema é uma reação da consciência em devir ao ser em devir. A significação é um aparato técnico para a realização do tema. Bem entendido, é impossível traçar uma fronteira mecânica absoluta entre a significação e o tema. Não há tema sem significação, e vice-versa. Além disso, é impossível designar a significação de uma palavra isolada (por exemplo, no processo de ensinar uma língua estrangeira) sem fazer dela o elemento de um tema, isto é, sem construir uma enunciação, um “exemplo”. Por outro lado, o tema deve apoiar-se sobre uma certa estabilidade da significação; caso contrário, ele perderia seu elo com o que precede e o que segue, ou seja, ele perderia, em suma, o seu sentido (BAKHTIN, 2004, p. 129).

O problema do enunciado e das características linguísticas também foi abordado por Bakhtin (2004 e 2011) para entendermos como a enunciação só ganha sentido quando o todo está envolvido. Se retirássemos elementos de uma enunciação, como por exemplo, quando fazemos uma análise sintática e morfológica, perderíamos o *tema*. Apesar de parecer simples, segundo o autor, olhar para a enunciação completa é um dos maiores problemas da teoria linguística que, ao retirar elementos para uma análise, entra em uma abstração na qual a língua, como estrutura, independe do sujeito. Ao procurar as diversas vozes estamos ampliando assim sua compreensão.

Para convencer-se deste caráter essencial de todas as categorias linguísticas enquanto elemento, é suficiente considerar uma enunciação completa (relativamente falando, entenda-se, uma vez que toda enunciação é parte de um processo verbal) que se constitua de uma só palavra. Veremos logo que, submetendo a palavra dada a todas as categorias linguísticas, elas definirão a palavra apenas como possível elemento do discurso: nenhuma delas apreende toda a enunciação. Aquele algo mais que faz dessa simples palavra uma enunciação completa permanece de fora da dimensão de todas as categorias e definições linguísticas, sem exceção. Se desenvolvêssemos nessa simples palavra todos os seus elementos constitutivos de base (segundo a fórmula do “é subentendido”) até torna-la uma oração completa, não obteríamos nada mais do que, justamente, uma simples oração, e não uma enunciação. A qualquer categoria que tentássemos aplicar esta proposição não encontraríamos nunca o que a transforma numa enunciação completa. Por isso, enquanto permanecermos dentro dos limites das categorias gramaticais presentes na linguística contemporânea, não conseguiremos nunca tomar consciência da enunciação como um todo unitário, que, como tal, permanecerá inexplicável. As categorias linguísticas nos separam inexoravelmente da enunciação e sua estrutura concreta, remetendo-nos ao sistema abstrato da língua (BAKHTIN, 2011, p. 63-64).

Dessa forma, também observamos as vozes dos discursos determinantes da época em que a revista está inserida, para tentar entender seu contexto de produção, como abordado em estudos anteriores (PUGLIESE, 2013), para tentar encontrar quais ideias estão passando pelo mesmo mês nas revistas, e que refletem as preocupações discursivas de uma época. Vale ressaltar que o poder de sentido do enunciado nunca está em seu autor, mas no jogo entre o encontro de palavras dele e do leitor que, mesmo subentendido, pode valorar de sua própria forma, construindo assim infinitos sentidos. Por mais que tentemos fixar o sentido na palavra, ele está sujeito a valoração desse outro. Nosso estudo levanta um caminho possível, dentro de diversos outros, demarcando possíveis vozes dentro do texto e contextualizando-as.

Deste modo, a expressividade de determinadas palavras não é uma propriedade da própria palavra como unidade da língua e não decorre imediatamente do significado dessas palavras; essa expressão ou é uma expressão típica do gênero, ou um eco de uma expressão individual alheia, que torna a palavra uma espécie de representante da plenitude do enunciado do outro como posição valorativa determinada (BAKHTIN, 2003, p. 295).

Temos desse modo que *os próprios limites do enunciado são determinados pela alternância dos sujeitos do discurso* (BAKHTIN, 2003, p. 296-297) sendo assim o próprio autor da revista termina sua fala pensando que, posterior a isso, o leitor vai participar ativamente, construindo sua contra palavra, questionando, entendendo, concordando ou discordando. Assim como o autor concorda ou discorda das próprias vozes trazidas para seu texto. *Os enunciados não são indiferentes entre si e nem se bastam cada um a si mesmo, uns conhecem os outros e se refletem mutuamente uns nos outros* (BAKHTIN, 2003, p. 297).

A escolha de um léxico e de exemplos que traduzem termos técnicos para o leitor deve ser considerada uma escolha de estilo das revistas desse gênero, visto que *se examinarmos apenas no sistema da língua estamos diante de um fenômeno gramatical, mas se o examinamos no conjunto de um enunciado individual ou do gênero discursivo já se trata de um fenômeno estilístico* (BAKHTIN, 2003, p. 269) e essa característica pode ser considerada uma das principais que definem o estilo das quatro revistas selecionadas.

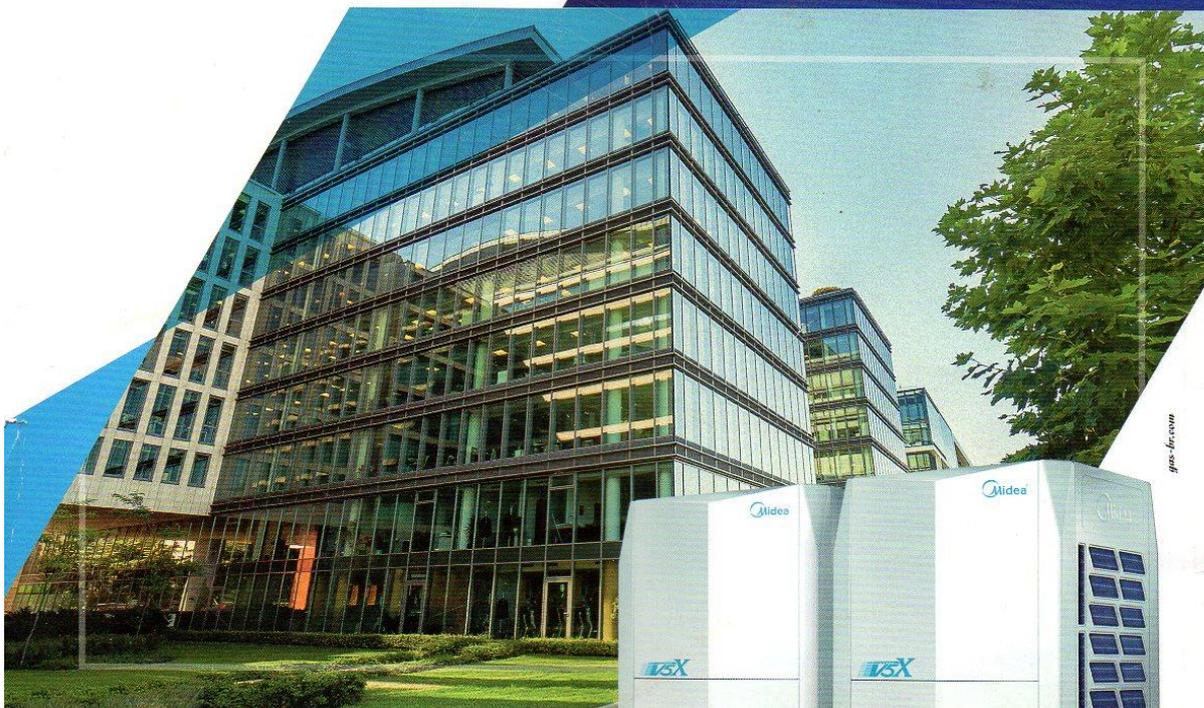
Como supracitado, o gênero “revista de atualidades” é formado por diversos outros gêneros. Devemos destacar também as peças publicitárias veiculadas que, assim como toda a revista, trazem esse efeito da tradução para seus textos. Vale ressaltar que não podemos dizer que esse efeito só se dá nas publicidades do conteúdo da revista, como se elas fossem um gênero novo de publicidade. Possivelmente, essa tradução acontece também nesse gênero em outros lugares, mas, para esse estudo, especificamos as revistas como uma unidade genérica total, formada por diversos outros gêneros.

A seguir analisamos um exemplo da publicidade, veiculada na contracapa da revista *Arquitetura & Construção*, sobre climatizadoras para grandes ambientes.

VRF MIDEA PARA CLIMATIZAR
PEQUENAS E GRANDES EDIFICAÇÕES.

CONDENSADORA DISTANTE
DAS EVAPORADORAS,
SEU PROJETO MAIS PRÓXIMO
DA PERFEIÇÃO.

SINTA OS BENEFÍCIOS
NA OTIMIZAÇÃO DE ESPAÇOS
E TODAS AS VANTAGENS
DO SISTEMA VRF MIDEA.



- A condensadora pode ser instalada até 1.000m das evaporadoras para V5X.
- Mais ecológico e economiza até 40% de energia com sistema Inverter.
- Estrutura compacta para o seu projeto e fácil instalação.
- Unidades internas com diversos modelos e capacidades que se adaptam à quaisquer projetos arquitetônicos.
- Controle pelo smartphone: interativo, inteligente e eficiente.

Descubra todas as vantagens:
0800 887 6707 e 4003 6707

Midea

Carrier

www.carrierdobrasil.com.br

FIGURA 07: Propaganda na contra-capa - Revista *Arquitetura & Construção*. Março de 2017, p. 06.

Em um primeiro olhar temos, logo de cara, a imagem de um prédio com os vidros espelhado e um ponto de fuga de visão tendendo ao infinito. Essa foto, apesar de mal aproveitada pela colocação das condensadoras exatamente no ponto

de fuga, foi possivelmente escolhida para mostrar que não estamos falando de um ar condicionado comum, estamos falando de um equipamento para climatização que vai funcionar em um projeto arquitetônico grande.

Sua veiculação na revista especializada já pressupõe que o leitor saberá, exatamente, do que se trata, omitindo algumas informações como dizer que a propaganda trata de um ar condicionado – longe disso inclusive, esse produto é chamado na peça de climatizador, capaz de transformar o clima do prédio, deixando-o agradável e diferente do clima exterior.

Temos, então, a foto das condensadoras aparecendo como uma assinatura no canto inferior direito. Elas mostram que, indiferentemente do seu tamanho (que fica impreciso visto que está em uma escala diferente da foto), elas são compactas e neutras, não prejudicando o projeto final.

Apesar de não ter um título definido, mas sim três frases no topo da propaganda, em síntese vemos a explicação de que o produto serve para climatizar pequenos e grandes ambientes, podendo separar as condensadoras das evaporadoras (em até 1000m, conforme frase abaixo da foto), otimizando, assim, os espaços e as vantagens para um projeto que busca a proximidade da perfeição.

A frase “Mais ecológico e economiza até 40% de energia com o sistema Inverter” traz dados sem nenhum tipo de comprovação ou preocupação com sua veracidade, citação de fontes, etc. Porém, eles estão aí para comprovar a eficiência do produto, inclusive vale ressaltar que o termo “inverter” já vem sendo amplamente discutido em outras esferas por sua eficiência no mercado. Possivelmente, pressupõe-se que, pelo fato de ser “Inverter”, essa economia já existe e é comprovada.

Temos também o uso das palavras “fácil instalação”, “controle pelo Smartphone”, “interativo”, “eficiente” e “inteligente” que ressaltam as qualidades buscadas pelo tomador de decisão de um projeto, e que refletem e refratam exatamente as vozes discursivas dessa temporalidade. Em épocas em que tramitam discursos de combate ao desperdício de recursos, carros e combustíveis mais eficientes, controle total por meio de *smartphones* (a já citada internet das coisas), inteligência artificial, clientes finais mais exigentes em questões tecnológicas, falta de espaço e falta de tempo na execução dos projetos, essa tecnologia estaria alinhada com a modernidade e com os requisitos de nossa época, o que vai de encontro ao que aponta Bakhtin (2004):

Em cada época, em cada círculo social, em cada micromundo familiar, de amigos e conhecidos, de colegas, em que o homem cresce e vive, sempre existem enunciados investidos de autoridade que são o tom, como as obras de arte, ciência, jornalismo político, nas quais as pessoas baseiam, as quais citam, imitam, seguem. Em cada época e em todos os campos da vida e da atividade, existem determinadas tradições, expressas e conservadas em vestes verbalizadas: em obras, enunciados, sentenças, etc. Sempre existem essas ou aquelas ideias determinantes dos “senhores do pensamento” de uma época verbalmente expressas, algumas tarefas fundamentais, lemas, etc. (BAKHTIN, 2004, p. 294).

Nesse ponto, podemos perceber como as vozes da ideologia oficial e do cotidiano estão presentes no horizonte discursivo do texto. Trazer vozes como modernidade, tecnologia, eficiência e inteligência não é aleatório. Pressupõe que as perguntas feitas pelo leitor que, possivelmente, compraria esse produto, girariam em torno dessas vozes, assim, o autor já as responde, para afirmar a intenção de compra, se for o caso, ou então construir, ideologicamente, nesse leitor que a marca está preocupada e atualizada com esses questionamentos, para também construir no “não comprador” um posicionamento ideológico. Como coloca Bakhtin (2004),

Os sistemas ideológicos constituídos da moral social, da ciência, da arte e da religião cristalizam-se a partir da ideologia do cotidiano, exercem por sua vez sobre esta, em retorno, uma forte influência e dão assim normalmente o tom a essa ideologia. Mas ao mesmo tempo, esses produtos ideológicos constituídos conservam constantemente um elo orgânico com a ideologia do cotidiano; alimentam-se de sua seiva, pois, fora dela, morrem, assim como morrem, por exemplo a obra literária acabada ou a ideia cognitiva se não são submetidas a uma avaliação crítica viva (BAKHTIN, 2004, p. 119).

Ainda podemos ver o embate de sentidos que se dá apenas pela seleção de vozes escolhidas. Dizer “Mais ecológico” cria uma comparação implícita contra, talvez, algum outro produto de um concorrente, ou mesmo a ideia de que a tecnologia presente nesse produto trouxe um avanço que é colocado como melhor do que o patamar tecnológico anterior. Temos uma colocação discursiva que traz os discursos e vozes anteriores para o embate e avançar certas discussões e paradigmas dos textos.

Devemos entender que a palavra *comporta duas faces*. Ela é determinada tanto pelo fato que a precede, quanto pelo fato que se dirige para alguém (BAKHTIN, 2004, p. 113). Assim, essas vozes não estão avulsas no texto. Elas já estão circulando pela sociedade e fazem parte das enunciações. Elas aparecem nos textos das revistas pelo próprio jogo ideológico vigente na época em que o texto foi

escrito, da mesma forma, ela constrói novos pensamentos e dizeres sobre essas vozes. Se as vozes são determinantes para a construção dos sentidos, seu uso também é determinante para os novos caminhos de sentido que virão futuramente.

É nessa mesma ordem que se desenvolve a evolução real da língua: as relações sociais evoluem (em função das infra-estruturas); depois a comunicação e a interação verbais evoluem no quando das relações sociais, as formas e atos de fala evoluem em consequência da interação verbal, e o processo de evolução refletem-se, enfim, na mudança das formas da língua (BAKHTIN, 2004, p. 124).

A palavra *se constitui justamente da interação do locutor e do ouvinte* (BAKHTIN, 2004, p. 113) e também é modificada por seu uso. Não podemos, de forma alguma, imaginar que ela sai da consciência do autor da matéria ou da propaganda como concretização de sua atividade mental. Ela só está ali no e pelo jogo das interações.

Se, ao contrário, considerarmos, não o ato físico da materialização do som, mas a materialização da palavra como signo, então a questão da propriedade torna-se-á mais complexa. Deixando de lado o fato de que a palavra, como signo, é extraída pelo locutor de um estoque inicial de signos disponíveis, a própria realização deste signo social na enunciação concreta é inteiramente determinada pelas relações sociais. A individualização estilística da enunciação de que falam os vosslerianos, constitui justamente este reflexo de inter-relação social, em cujo contexto se constrói uma determinada enunciação. A situação social mais imediata e o meio social mais amplo determinam completamente e, por assim dizer, a partir do seu próprio interior, a estrutura da enunciação. Na verdade, qualquer que seja a enunciação considerada, mesmo que não se trate de uma informação factual (a comunicação, no sentido estrito), mas a expressão verbal de uma necessidade qualquer, por exemplo a fome, é certo que ela, na sua totalidade, é socialmente dirigida (BAKHTIN, 2004, p. 113).

Temos, então, que esse contexto é dado por uma situação social determinada, que é prevista, e, o que Bakhtin chamaria de criticidade, está nessa reposta as perguntas da ideologia do cotidiano presente nas enunciações dessa propaganda. Imaginar quais seriam as perguntas do leitor já consiste em colocar o texto diante de uma avaliação crítica emulada desse possível outro, imaginado, e pressupondo suas dúvidas, anseios e embates.

Ora, essa avaliação crítica, que é a única razão de ser de toda produção ideológica, opera-se na língua da ideologia do cotidiano. Esta coloca a obra numa situação social determinada. A obra estabelece assim vínculos com o conteúdo total da consciência dos indivíduos receptores e só é apreendida

no contexto dessa consciência que lhe é contemporânea. A obra é interpretada no espírito desse conteúdo da consciência (dos indivíduos receptores) e recebe dela uma nova luz. É nisso que reside a vida da obra ideológica. Em cada época de sua existência histórica, a obra é levada a estabelecer contatos estreitos com a ideologia cambiante do cotidiano, a impregnar-se dela, a alimentar-se da seiva nova secretada. É apenas na medida em que a obra é capaz de estabelecer um tal vínculo orgânico e ininterrupto com a ideologia do cotidiano de uma determinada época, que ela é capaz de viver nesta época (é claro, nos limites de um grupo social determinado). Rompido esse vínculo, ela cessa de existir, pois deixa de ser apreendida como ideologicamente significativa. Na ideologia do cotidiano, é preciso distinguir vários níveis, determinados pela escala social que serve para medir a atividade mental e a expressão, e pelas forças sociais em relação às quais eles devem diretamente orientar-se. O horizonte no qual esta ou aquela atividade mental ou expressão se materializa pode ser, como vimos, mais ou menos amplo. O pequeno mundo da atividade mental pode ser limitado e confuso, sua orientação social pode ser acidental, pouco durável e pertinente apenas no quadro da reunião fortuita e por tempo limitado de algumas pessoas. É claro, mesmo essas atividades mentais ocasionais têm uma coloração sociológica e ideológica, mas situam-se já na fronteira do normal e do patológico. A atividade mental fortuita permanece isolada da vida espiritual dos indivíduos. Ela não é capaz de consolidar-se e de encontrar uma expressão completa e diferenciada. Pois, se ela não é dotada de um auditório social determinado, sobre que bases poderia diferenciar-se e tomar uma forma acabada? A fixação de uma atividade mental como essa é ainda mais impossível por escrito, e a fortiori sob forma impressa. A atividade mental nascida de uma situação fortuita não tem a menor chance de adquirir uma força e uma ação duráveis no plano social (BAKHTIN, 2004, p. 119-120).

Esse jogo entre respostas para possíveis perguntas mostra a tensão dos embates presentes no ato de enunciar. Bakhtin (2003, p. 301) chama esse efeito de *endereçamento*, ou, em outras palavras, a constituição do discurso se dá pelo seu *direcionamento a alguém*. Em Bakhtin (2004, p. 115) temos o *ouvinte em potencial*. Esse ato não é um processo simples de pura externalização de uma consciência que fala. Existe uma luta, um conflito de interesses em que o texto é colocado, a todo tempo, em combate com o outro, para quem se escreve ou se fala. Pressupomos, duvidamos, criamos inimigos que vão avaliar nossa fala. Essas vozes refletem e refratam no texto, em sua composição, e são elas que buscamos entender nesse gênero para assim poder cotejar. Essa heteroglossia (multiplicidade de vozes) da palavra é o cerne para sua própria formação.

Dentro de uma perspectiva Bakhtiniana, a mídia de massa pode ser conceituada como uma “rede complexa de signos ideológicos” situada no interior de ambientes múltiplos – o ambiente gerador dos meios de comunicação, o ambiente gerador ideológico mais amplo e o ambiente gerador socioeconômico – cada um com suas próprias especificidades [...] Numa abordagem Bakhtiniana, não existe nenhum tipo de texto unitário, nenhum produtor unitário, e nenhum espectador unitário; em vez disso,

existe uma heteroglossia conflituosa que permeia o produtor, o texto, o contexto e o leitor observador. Cada categoria é atravessada pelo centrípeto e pelo centrífugo, o hegemônico e o antagônico (STAM, 2010, p. 333-334).

Os diversos tipos de enunciados passam por níveis ideológicos, do mais simples e cotidiano até os mais superiores, que entram em contato com a infraestrutura socioeconômica, são modificados e modificam mais rapidamente. Mesmos os mais simples, quando são externalizados em enunciados concretos e fazem parte das vozes cotidianas, presentes nas revistas por exemplo, podem tomar força e se tornarem discursos ideológicos mais fortes. Vale ressaltar que esse jogo de ideologias individuais e, teoricamente, mais fracas, se tornarem ideologias sociais fortes, assim como seu revés, não são processos simples e mecânicos, mas podem acontecer com qualquer tipo de enunciado.

O que se chama habitualmente “individualidade criador” constitui a expressão do núcleo central sólido e durável da orientação social do indivíduo. Aí situaremos principalmente os estratos superiores, mais bem formados do discurso interior (ideologia do cotidiano), onde cada representação e inflexão passou por estágio da expressão, de alguma forma sofreu a prova da expressão externa. Aí situaremos igualmente as palavras, as entoações e os movimentos interiores que passaram com sucesso pela prova da expressão externa numa escala social mais ou menos ampla e adquiriram, por assim dizer, um grande polimento e lustro social pelo efeito das reações e réplicas, pela rejeição ou apoio do auditório social. Certamente, nos níveis inferiores da ideologia do cotidiano, o fator biográfico e biológico tem um papel importante, mas à medida que a enunciação se integra no sistema ideológico, decresce a importância desse fator. Conseqüentemente, se as explicações de caráter biológico e biográfico têm algum valor nos níveis superiores, o seu papel é extremamente modesto. Aqui o método sociológico objetivo tem total primazia (BAKHTIN, 2004, p. 121).

Nas revistas, esse processo de luta entre a ideologia oficial e cotidiana acontece nos embates entre as vozes que aparecem por todo o texto. A heteroglossia está presente nos próprios enunciados, no próprio cotejamento necessário para o autor se fazer entender, quando tem-se uma figura explicando ou exemplificando, quando um especialista é trazido para falar sobre o tema. A tradução que estamos buscando só se dá por ela no interior das palavras. A palavra “Inveter”, por exemplo, já está tão divulgada nos mercados de vendas de ares condicionados, nas lojas de departamento, nas falas cotidianas que, pelo simples fato de citá-la, são atualizados todos os sentidos possíveis e presumidos desse horizonte.

Por isso pode-se dizer que qualquer palavra existe para o falante em três aspectos: como palavra da língua neutra e não pertencente a ninguém; como palavra alheia dos outros, cheias de ecos de outros enunciados; e por último, como a minha palavra, por que, uma vez que eu opero com ela em uma situação determinada, ela já está compenetrada da minha expressão. Nos dois aspectos finais, a palavra é expressiva, mas essa expressão, reiteramos, não pertence à própria palavra: ela nasce no ponto de contato da palavra com a realidade concreta e nas condições de uma situação real, contato esse que é realizado pelo enunciado individual. Neste caso a palavra atua como expressão de certa posição valorativa do homem individual (de alguém dotado de autoridade, do escritor, cientista, pai, mãe, amigo, mestre, etc. como abreviatura do enunciado (BAKHTIN, 2003, p. 294).

Assim, ao olharmos os enunciados da revista, estamos olhando para esses embates e essas lutas, procurando as diversas vozes presentes no texto e cotejando-as com outros textos. Esse trabalho gera, como citado na introdução, o aprofundamento da análise textual que propomos, e assim podemos entender como esses embates também são criadores dessa tradução. A escolha da palavra “Inverter” já funciona como uma tradução. Ela busca um signo conhecido na esfera dos discursos do cotidiano (propagandas, folheto de vendas, materiais de exposição de loja, etc.) imbricado de diversos sentidos –como a economia de energia, a melhor eficiência e o melhor conforto térmico – trazendo todas essas vozes em apenas uma palavra que, possivelmente, é reconhecida pelo público.

Eis por que a experiência discursiva individual de qualquer pessoa se forma e se desenvolve em uma interação constante e contínua com os enunciados individuais dos outros. Em certo sentido, essa experiência pode ser caracterizada como processo de assimilação – mais ou menos criador – das palavras do outro (e não das palavras da língua). Nosso discurso, isto é, todos os nossos enunciados (inclusive as obras criadas) é pleno de palavras dos outros, de um grau vário de alteridade ou de assimilabilidade, de um grau vário de aperceptibilidade e de relevância, essas palavras dos outros trazem consigo a sua expressão, o seu tom valorativo que assimilamos, reelaboramos e reacentuamos (BAKHTIN, 2004, p. 294-295).

Esse outro é quem dá o tom da conversa com a revista. *A escolha de todos os recursos linguísticos é feita pelo falante sob maior ou menor influência do destinatário e da sua resposta antecipada (Bakhtin, 2003, p. 306).* Quando ele está lendo e valorando, ele pode se aproveitar desse discurso da técnica e da ciência, pode guardar informações, pode esquecer-las, achar certo ou errado. O interessante desse gênero “Revista de atualidades” nunca será o que o leitor faz com seu texto,

mas sim a possibilidade dele entrar em contato com enunciados que, até então, fariam parte de outras esferas discursivas, mais técnicas e/ou científicas.

Cada enunciado é pleno de ecos e ressonância de outros enunciados com os quais está ligado pela identidade da esfera de comunicação discursiva. Cada enunciado deve ser visto antes de tudo como uma resposta aos enunciados precedentes de um determinado campo (aqui concebemos a palavra resposta no sentido mais amplo): ele os rejeita, confirma, completa, baseia-se como conhecidos, de certo modo os leva em conta. Porque o enunciado ocupa uma posição definida de uma dada esfera da comunicação, em uma dada questão em um dado assunto etc. (BAKHTIN, 2004, p. 297).

Mesmo falando de um gênero impresso, a resposta ativa do outro acontece a todo momento. Quando estamos criando o texto, colocamos o outro no nosso horizonte, sabemos, de certa forma, as discussões ideológicas que antecedem nosso discurso e as trazemos para o texto. Imaginamos possíveis reações de seus leitores - e nessa hora apagamos e reescrevemos alguns trechos, mudamos enunciados e repensamos sentidos. A todo momento temos forças ideológicas e sociais que puxam e empurram os sentidos.

O livro, isto é, o ato de fala impresso, constitui igualmente um elemento da comunicação verbal. Ele é objeto de discussões ativas sob a forma de diálogo e, além disso, é feito para ser apreendido de maneira ativa, para ser estudado a fundo, comentado e criticado no quadro do discurso interior, sem contar as reações impressas, institucionalizadas, que se encontram nas diferentes esferas da comunicação verbal (críticas, resenhas, que exercem influência sobre os trabalhos posteriores, etc.). Além disso, o ato de fala sob a forma de livro é sempre orientado em função das intervenções anteriores na mesma esfera de atividade, tanto as do próprio autor como as de outros autores: ele decorre, portanto, da situação particular de um problema científico ou de um estilo de produção literária. Assim, o discurso escrito é de certa maneira parte integrante de uma discussão ideológica em grande escala: ele responde a alguma coisa, refuta, confirma, antecipa as respostas e objeções potenciais, procura apoio, etc. (BAKHTIN, 2004. p. 123).

Pode-se confiar, ou não, na informação da economia de 40%. Pode-se duvidar de seu caráter tecnológico. Pode-se gostar, ou não, de como a propaganda foi colocada. Apesar do não controle, esse ponto é primordial quando esse discurso foi redigido. E apesar de não poder controlar os sentidos, existe uma preocupação de como cada detalhe poderá ser valorado; *tudo isso irá determinar a ativa compreensão responsiva do meu enunciado por ele (BAKHTIN, 2003, p. 302)*, cada detalhe e até mesmo cada facilitação de conteúdo foi pensada para esse outro.

Por mais monológico que seja o enunciado (por exemplo, uma obra científica ou filosófica), por mais concentrado que esteja no seu objeto, não pode deixar de ser em certa medida também uma resposta a aquilo que já foi dito sobre dado objeto, sobre dada questão, ainda que a responsividade não tenha adquirido uma nítida expressão externa; ela irá manifestar-se na tonalidade do sentido, na tonalidade da expressão, na tonalidade do estilo. Nas matrizes mais sutis da composição. O enunciado é pleno de tonalidades dialógicas, e sem leva-las em conta é impossível entender até o fim o estilo de um enunciado. Porque a nossa própria ideia - seja filosófica, científica, artística - Nasce e se forma no processo de interação e luta com pensamentos dos outros e isso não pode deixar de encontrar o seu reflexo também nas formas de expressão verbalizada do nosso pensamento (BAKHTIN, 2003, p. 298).

Com isso, podemos perceber que, quando separamos e analisamos dessa forma o discurso, não estamos olhando para algo finalizado, mas sim para um fragmento de um discurso maior ou, como coloca Bakhtin, um elo da comunicação. *O Objeto, por assim dizer já está ressalvado, contestado, elucidado e avaliado de diferentes modos, nele se cruzam, convergem e divergem diferentes pontos de vista, visão de mundo e correntes (BAKHTIN, 2003, p. 300).* Assim, se fosse possível olhar para o discurso que gira em torno das vozes, como por exemplo os discursos da palavra “Inverter” (refrigeração contínuo, melhor aproveitamento da energia, melhor sensação térmica, tecnologia mais moderna, etc.), estaríamos olhando para suas correntes, mas, no caso dessa propaganda, temos apenas a visão de um elo e toda a refração desses discursos que a compõe. *Qualquer enunciação, por mais significativa e completa que seja, constitui apenas uma fração de uma corrente de comunicação verbal ininterrupta (concernente à vida cotidiana, à literatura, ao conhecimento, à política, etc.) (BAKHTIN, 2004, p. 123).*

Cada enunciado isolado é um elo na cadeia da comunicação discursiva. Ele tem limites precisos, determinados pela alternância dos sujeitos do discurso (dos falantes), mas no âmbito desses limites o enunciado, como a mônada de Leibniz, reflete o processo do discurso, os enunciados do outro, e antes de tudo os elos precedentes da cadeia (às vezes os mais imediatos, e vez ou outra até os muito distantes – os campos da comunicação cultural) (BAKHTIN, 2003, p. 299).

Inclusive, veríamos nessa corrente enunciativa os elos futuros *pois quando o enunciado é criado por um falante, tais elos ainda não existem. Desde o início, porém, o enunciado se constrói levando em conta atitudes responsivas, em prol das quais ele, em essência é criado (BAKHTIN, 2003, p. 301).* Isto quer dizer, pelo próprio fato já citado em que temos a comunicação responsiva, que traz consigo

essa pressuposição do horizonte outro, já estamos de alguma forma analisando seus elos futuros.

Dessa maneira, levantamos os três pontos fundamentais abordamos neste capítulo, que são essenciais para categorizarmos o gênero revista de atualidades e podermos analisá-lo nos próximos capítulos:

1. Colocar o outro no horizonte de minha produção discursiva é fundamental para podermos construir enunciados que estão preparados para esse meu outro, haja visto que *a escolha de todos os recursos linguísticos é feita pelo falante sob maior ou menor influência do destinatário de sua resposta (BAKHTIN, 2003, p. 306).*
2. O texto é formado por diversas vozes que ecoam os mais diversos usos dos signos ideológicos na sociedade, assim como os elos que formam as correntes.
3. Existe, nesse gênero, uma preocupação de aproximação do conteúdo com o leitor – ponto que chamamos de tradução e explanamos mais detalhadamente no capítulo 3.

A seguir, analisamos as revistas em questão sob a ótica da teoria do design, entendendo como as construções textuais e imagéticas caminham juntas para a produção de sentidos. Assim, poderemos refletir, no terceiro capítulo, sobre como essa tradução é uma relação dialógica.

2 DESIGN: CONTEÚDO VOLTADO PARA O OUTRO

No decorrer desse trabalho, até este ponto, utilizamos a palavra *Design* para designar um termo perpassa muitas teorias e que pode especificar muitos campos. Para isso, faz-se necessário conceituar sobre qual *design* nos referimos, e como ele é abordado em conjunto com a metodologia mobilizada para compreender o que estamos chamando de facilitação de conteúdo.

Saindo da esfera etimológica do nascimento do termo e entrando em sua esfera de atuação na sociedade, nos deparamos com um conjunto ainda mais abrangente. Em uma busca rápida, podemos encontrar um número maciço de referências a cada uma dessas utilizações do design: Design de produto / Design de interface / Design de automóveis / Design de embalagem / Design web / Design de moda / Design de experiência / Design gráfico / Design industrial / Design de interação / Design de informação / Design sustentável / Design de software / Design arquitetônico / Design de interiores. Ainda assim, essas são apenas uma amostra. Design se apresenta no nosso cotidiano através dessas e muitas outras vertentes. São campos de atuação diferentes: a engenharia e ergonomia, o planejamento de espaços, a comunicação. Em cada um deles podemos dizer que o design se aplica de forma distinta, ora ocupando todo o processo, ora se aplicando em uma específica fase. Contudo, um padrão pode ser ressaltado ao pensarmos nessas e em outras áreas em que o design vem sendo aplicado. Design aperfeiçoa e melhora, agregando valor ao que é trabalhado junto com ele. Design intervém no processo usual adicionando atributos que tornam o produto final mais significativo. Ao atribuir design a um objeto, estamos tornando-o capaz de interagir de forma mais rica com o ambiente. O bom design é capaz de atrair a atenção, se mostrar significativo, desejável e agradável e, com tudo isso, se tornar memorável. A otimização e o balanço dessas características para atender da melhor forma o público a quem estamos tentando atingir é a tarefa conhecida como design (PEREIRA, 2008, p. 8-9).

Qualquer objeto de nosso cotidiano, mesmo que intuitivamente, tem características que são desse vasto campo que é o *design*. Uma simples xícara de café se diferencia de um copo, apesar de suas funções serem parecidas. Temos o cabo, o formato, o material e diversas características que fazem dela uma xícara e outras tantas que a diferenciam de outras xícaras, por exemplo. Não estamos nos referindo apenas ao lado material dos sentidos, o fizemos neste momento para fazermos-nos por entender.

A princípio, o *design* foi pensado como um atributo a mais para os produtos que, logo após a revolução industrial, precisavam de novos meios para aumentar o

consumo. A revolução bauhausiana trouxe uma nova contribuição para esses produtos, mesclando o que era visto nas artes com o que precisava ser consumido. Vemos (e pagamos) mais caro até hoje por produtos que trazem em sua constituição esse princípio.

Se estudarmos a revolução Bauhausiana, observamos sua inestimável contribuição àquilo que o construtivismo russo soviético já tinha alcançado, sem que houvesse a sistematização implementada depois pelos alemães (ajudados por russos, suíços, etc.) nas artes, no desenho gráfico, na arquitetura, nos projetos de móveis e objetos. Foi sem dúvida a indústria, já numa fase sofisticada, que abriu caminho para a fabricação em larga escala dos bens que a humanidade iria usufruir. No início a realidade mostrou que apenas uma pequena parcela da população seria beneficiada com objetos bem desenhados, solopando assim a utopia de que a racionalização na manufatura dos bens de consumo possibilitaria um amplo acesso a eles (ADG BRASIL, 2003, p. 17).

Essa premissa, porém, foi se distanciando do foco principal com o passar dos anos, e cada vez mais podemos perceber que a atribuição de valores estéticos e valores de uso não apenas ajudam a criar mercados de consumo, mas buscam criar identidade para os produtos e melhorar a forma com que as pessoas se relacionam com o mundo e com esses objetos. Podemos ter diversos tipos de xícara em casa. Podemos valorizá-las mais pelo seu material, por sua forma, por alguma estima ou relação única que temos com ela. Cada característica cria uma xícara diferente. O campo do design seria um dos responsáveis por alargar esses diversos sentidos, produzindo um objeto (texto) que tem diversas vozes em seus sentidos. Não estamos mais presos apenas em valores monetários. Esses sentidos produzem os mais diversos tipos de valores.

Aos poucos, contudo, o bom desenho acabaria disponível para largas camadas, muito embora permanecesse distante dos ideais da vanguarda mundial. De certa forma, a implantação do capitalismo em termos totais desviou o “design” para outros propósitos, mais individuais e livres menos preocupados com a produção, já que a indústria se encarregara de realizar coisas anteriormente impensáveis (ADG BRASIL, 2003, p. 17).

Com o passar do tempo, inclusive, os paradigmas do design se tornaram mais complexos. Nas décadas de 70/80 começamos a ter máquinas mais elaboradas e que precisavam se relacionar com todas as camadas da sociedade. Seja sacar dinheiro em um caixa eletrônico ou, hoje, um *smartphone* – cada vez mais e mais pessoas precisam se relacionar com as máquinas. Essa relação

homem-máquina se torna cada vez mais tranquila, pois, nesse nosso alargamento do termo “*design*” facilitar essa relação entre homens e objetos é um de seus trabalhos fundamentais.

A partir dos anos 1970/1980 nasce o design de interface, estudando a IHC – Interação-Humano-Computador, com foco no usuário, para facilitar a comunicação entre homens e máquinas, o que exige uma equipe multi e interdisciplinar para que os projetos atendam tanto a parte operacional dos sistemas, quanto às expectativas, o uso e os fatores humanos. O design de interface é um processo lógico e criativo de projeto que se baseia em três pilares: o usuário, que é quem usará o produto; os meios para a realização das tarefas, que são as tecnologias e métodos utilizados; e o contexto, que atualmente implica diversas variáveis (GASPARETTO et al., 2016, p. 115).

Esses paradigmas estão se modificando a todo momento. Se, na década de 80, precisávamos fazer máquinas que em sua maior parte eram voltadas para o trabalho, hoje vemos que a tecnologia e o *design* estão presentes também em nossas vidas cotidianas. Assim como estamos vendo com os discursos, a tecnologia e seus aparelhos modificam a vida e são modificadas por ela. Dessa forma o *design* vem construindo essa ponte de interação entre o “técnico” e “científico” para as pessoas do cotidiano. Ressaltamos que, apesar de produzir artefatos, ele também está produzindo textos e esses textos são permeados por vozes e também são traduzidos, como estamos percebendo ao longo dessa tese.

Existem outros modos de interação que invadem o cotidiano contribuindo para a ampliação da conectividade, como a computação vestível (ou *wearables*); os bits tangíveis, a realidade aumentada, com integração física/virtual; os ambientes atentos e a computação transparente (computadores que atendem as necessidades do usuário, aqui o exemplo mais simples é o autopreenchimento de pesquisa no Google); o *workaday world* (paradigma proposto por Tom Moran e Bob Anderson, em 1990, e enfoca os aspectos sociais do uso da tecnologia, se relaciona aos conhecimentos, recursos e relacionamentos das pessoas) (PREECE et.al, 2005). Deve-se considerar ainda, que “a IoT já transformou a Internet em algo sensorial (temperatura, pressão, vibração, iluminação, umidade e estresse), permitindo que os usuários sejam mais proativos e menos reativos” (EVANS, 2006, p. 06) (GASPARETTO et al., 2016, p. 114).

Assim, podemos entender que o *design* está ligado com a concepção de atributos úteis, ergonômicos e estéticos para produtos e tecnologias presentes em nossas atividades diárias. Esses atributos, além de servirem funcionalmente, constroem sentidos. Esses sentidos podem e devem ser analisados por uma

perspectiva discursiva. Eles são envolvidos e alterados por nossas necessidades diárias, assim como nós os valoramos e damos mais ou menos importância, também levamos o uso e aplicações desses objetos e características para outras esferas.

A utilidade designa o design e a fabricação de objetos, materiais e demonstrações que respondam a necessidades básicas. Das culturas primitivas à tecnologia de fabricação extremamente avançada de nossos dias, passando pelas culturas antigas e contemporâneas, as necessidades básicas do homem sofreram poucas modificações. O homem precisa comer; para fazê-lo, precisa de instrumentos para caçar e matar, lavrar e cortar; precisa de recipientes para cozinhar e de utensílios nos quais possa comer. Precisa proteger seu corpo vulnerável das mudanças climáticas e do meio ambiente traiçoeiro, e para isso necessita de ferramentas para costurar, cortar e tecer. Precisa manter-se quente e seco e proteger-se dos predadores, e para tanto é preciso que construa algum tipo de habitat. As sutilezas da preferência cultural ou da localização geográfica exercem pouca influência sobre essas necessidades; somente a interpretação e a variação distinguem o produto em termos da expressão criadora, como representante de um tempo ou lugar específicos. Na área do design e da fabricação das necessidades vitais básicas, supõe-se que todo membro da comunidade seja capaz não apenas de aprender a produzir, mas também de dar uma expressão individual e única a seu trabalho através do design e da decoração (DONDIS, 2007, p. 7-8).

A discussão sobre o papel do *design* moderno e sua natureza, assim como explicitado por Sudjic (2010) não pode ser dicotomizada entre *estilo* e *substância*. Se por um lado estamos inteiramente ligados com o material de produção, suas limitações e características melhores que o *design* pode impor, também vemos um trabalho estético que é valorado tanto social quanto individualmente. Estamos novamente trabalhando com signos e como eles refletem e refratam a sociedade. Os objetos são pensados para melhor satisfazer as necessidades humanas, melhor aproveitar materiais, mas também por preferências estéticas. Não podemos de maneira nenhuma reduzir o *design* a apenas uma concepção de estilo. O trabalho do *designer*, como veremos a seguir, está focado no construir relação para as pessoas.

Certamente, podemos observar que os próprios designers, muitas vezes, reduzem sua própria função a um mero "adicionar estilo". É uma forma fetichista de tratar o design, orientando-o ao aspecto superficial que, sim, é muito valorizado pela sociedade atual. Usar efeitos especiais de última geração em um telejornal pode não melhorar conscientemente o processo de cognição, mas pode deslumbrar o espectador e gerar algum resultado favorável. Porém, se apoiar totalmente em estilo acaba por negligenciar toda uma estrutura de comunicação a qual o design pode ter irrestrito acesso, podendo utilizá-la para acrescentar reais melhorias ao seu contexto de atuação (PEREIRA, 2008, p. 10).

O concreto e simbólico, citado por Pereira (2008), para nós é a própria construção do material semiótico dos signos e todo seu material ideológico. Por hora, podemos citar que fica explícito que as relações criadas pelo *design* são dotadas de todo um material ideológico que não pode ser abordado apenas como uma construção estilística. *Design* cria relações diferentes. Pode produzir valor, como também pode ser apenas um detalhe de ergonomia ou, então, como estamos vendo, ele pode vir para facilitar a imersão de um usuário em um conteúdo. Tudo isso, para nós, se coloca no âmbito da comunicação e da produção de sentidos.

Design se define não apenas como gerador de projetos, soluções e modelos com bases sólidas em um plano de fundo crescente de referências, mas também como uma atividade com habilidade retórica, dado que abre uma porta de comunicação entre o concreto e o simbólico, aproximando o material de seu usuário e criando um vínculo extremamente poderoso entre eles (PEREIRA, 2008, p. 10).

A retórica citada, para nós, seria como o discurso mostra a aproximação que temos entre esse olhar e nossa proposta. *Design* precisa ser percebido, ser pensado, construir pontes entre homens e seus objetos, e aqueles que o usa também constroem sentidos para a sociedade em que estão inseridos. Não necessariamente teremos uma relação tão amigável e sempre boa, mas, além do seu valor material e de seu uso, o *design* cria novas relações de valor, de facilidade ou dificuldade, de conceito. Ele insere vozes em objetos e textos, deixando sentidos mais ou menos importantes, escondendo ou explicitando. Seja colocar uma logo em um vestuário – e assim ele vale mais ou menos por ser de uma determinada marca – seja por pensar uma imagem que facilita o entendimento de uma pessoa sobre determinado tema – por incluir a um texto, algo visual que exemplifica. Em todos os termos, o *design* traz novas vozes para puxar e empurrar sentidos, construindo assim um papel importante na cultura humana.

Em seu âmago, design é um ofício que carrega um discurso direcionado. O design que perde o discurso, que não apresenta mais uma retórica voltada para determinado fim, deixa de ser um design pleno em seu papel. Dessa forma, dado que a retórica é intrínseca ao design, é também através dela que sua função de criar diferencial se apresenta (PEREIRA, 2008, p. 19).

E, ao contrário do pensamento de Pereira (2008), para nós o *design* é sim parte do gênero discursivo. Não como um gênero próprio, mas uma característica

que faz parte do gênero e que pode, e deve, pensar sobre a constituição dos gêneros de facilitação de conteúdo, como o caso das “revistas de atualidades”. Ele está imbricado em todo tipo de produção e mesmo quando não é “pensado” acaba fazendo parte desse texto. Até o mais simples dos textos, tem em suas características a participação do *design* na construção desse gênero. Se um produto utilizado por uma pessoa tem melhor uso por características ergonômicas, por exemplo, ele muda a materialidade, a valoração individual e social e assim os sentidos daquele tipo de objeto. Logo para nosso olhar, ele também é um produto discursivo.

Entretanto, o discurso do design é um complexo que reúne uma fusão de códigos diferentes. Há um debate se o design seria per se outro gênero discursivo ou não tamanho a sua relação com o discurso. Contudo, novamente percebemos aqui o padrão em expandir o design e querer se apropriar de outras esferas do conhecimento, tornando-o em algo que não é. É essa produção de sentido através do design que o torna capaz de agregar valor. A capacidade de atribuir uma mensagem ao seu objeto é o poder da disciplina, que é capaz de agregar em si diversas outras com a missão de adicionar significado. Através desse significado, o objeto do design é capaz de transmitir algo a mais ao usuário, e esse é o seu principal diferencial: transformar aquilo em que ele se aplica em um objeto de comunicação (PEREIRA, 2008, p. 19-20).

Poderíamos olhar para um bilhete trocado entre duas pessoas. Ele foi escrito em um pedaço de papel pequeno, deixado sobre uma mesa. Pelo fato de ser em um papel pequeno, já temos um atributo que seria pensado como seu “*design*”, mesmo que essa preocupação não passe pela cabeça de seu autor. Se fosse um papel maior, poderia ser uma carta. Outro fator interessante é que a maioria dos bilhetes tem características *relativamente cristalizadas* (BAKHTIN, 2003), como colocar o nome do destinatário em cima do papel, escrever pouco conteúdo e colocar o emissor na parte inferior. Essas características que são a diagramação dentro desse pedaço de papel também são características comuns de seu *design*. Assim o *design* faz parte e é constituído pelos gêneros, não podendo ser separado de maneira nenhuma.

Os dados visuais podem transmitir informação: mensagens específicas ou sentimentos expressivos, tanto intencionalmente, com um objeto definido, quanto obliquamente, como um subproduto da utilidade. Uma coisa é certa: no universo dos meios de comunicação visual, inclusive as formas mais causais e secundárias, algum tipo de informação está presente, tenha ela recebido uma configuração artística, ou seja, ela resultado de uma produção

casual. Em qualquer nível de avaliação sempre inconstante do que constitui arte aplicada ou belas artes, toda forma visual concebível tem uma capacidade incomparável de informar o observador sobre si mesma e seu próprio mundo, ou ainda sobre outros tempos e lugares, distantes e desconhecidos. Essa é a característica mais exclusiva e inestimável de uma vasta gama de formatos visuais aparentemente dissociados (DONDIS, 2007, p. 183-138).

Podemos também perceber as mudanças que os paradigmas do *design* fizeram nas tecnologias apenas olhando para nossos próprios computadores que, nos últimos 25 anos, estão cada vez mais fáceis de serem utilizados por todos os tipos de público. Basta lembrar-se da experiência com os primeiros computadores e compará-las com o uso hoje.

As interfaces gráficas foram as grandes responsáveis pela popularização dos computadores nos anos 1980, na medida em que os ícones e funções da tela que se tornaram metáforas do mundo real. As interfaces perceptivas são os mecanismos de acionamento ou entrada e saída de dados na relação homem-sistema. O modo como o computador e o homem se comunicam por meio de sons é orientado pelas interfaces sonoras. Inseridas nas interfaces perceptivas, as interfaces de marcação são aquelas sensíveis ao toque, que marcam sua localização nos eixos cartesianos x e y. Essas interfaces também se relacionam com as interfaces gráficas. As interfaces cognitivas são mais recentes e envolvem um nível mais autômato de reconhecimento de ações, por exemplo as telas dos dispositivos móveis que mudam de posição, horizontal/vertical, ajustando automaticamente o conteúdo; ou ainda dispositivos de reconhecimento de presença, deslocamento e cor (GASPARETTO et al., 2016, p. 116).

Dessa maneira, o papel do *designer* se compara com o de um escritor, que domina o uso de materiais para produzir sentidos nas mais diversas esferas. Se o material do escritor são as palavras, o *designer* tem como material as imagens, ilustrações, linhas, cores, texturas, materiais, fatores ergonômicos, etc., e coloca sua voz, sua *interpretação* de mundo nos objetos que cria. O contexto e a temporalidade fazem parte do sentido, assim como cabe ao outro completar o outro lado do sentido, trazendo sua voz também para esse objeto. Assim como com as palavras, os objetos que nos rodeiam são signos, envolvidos por linguagens múltiplas e por diversas vozes.

Quando se compreende a linguagem do design, expressa por forma, cor, textura e imagem do objeto há constantes paradoxos entre função e simbolismo a ser considerados. Certas cores são associadas mais a homens do que a mulheres. Alguns materiais sugerem luxo. A pergunta que vale a pena ser feita é: essas propriedades são verdadeiramente intrínsecas ou seus significados são adquiridos pela repetição constante, pela

familiaridade e pela convenção, assim como as placas de trânsito ainda usam o pictograma de uma locomotiva a vapor para sugerir uma passagem de nível meio século depois de essas máquinas terem caído em desuso? (SUDJIC, 2010, p. 34).

Veja que, para o autor, ao falar sobre a *linguagem do design*, já estamos falando sobre seu conteúdo signico. Para a teoria da linguagem não existe surpresa nenhuma em algumas cores serem valoradas como “mais para homem” ou então “sugerir luxo”. O conteúdo semiótico dos objetos que nos rodeiam são formados por ideologias e são elas que formam os signos. Assim como a palavra, qualquer coisa pensada pelo *design* vai fazer sentido também por uma valoração social. Se a cor azul, em nossa cultura representa o “masculino”, em outras a cor representada pode ser outra. Todo signo é social por natureza, tanto o exterior quanto o interior (BAKHTIN, 2004, p. 58). Se a locomotiva, apesar de obsoleta, ainda é entendida pela ideologia vigente, sua silhueta pode e deve ser usada.

Para começar, as bases de uma teoria marxista da criação ideológica – as dos estudos sobre o conhecimento científico, a literatura, a religião, a moral, etc. – estão estreitamente ligadas aos problemas de filosofia da linguagem. Um produto ideológico faz parte de uma realidade (natural ou social) como todo corpo físico, instrumento de produção ou produto de consumo; mas, ao contrário destes, ele também reflete e refrata uma outra realidade, que lhe é exterior. Tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia (BAKHTIN, 2004, p. 31).

O *designer*, então, é o autor de uma linguagem que faz parte dos mais diversos tipos de objetos, tecnologias e aplicações, criando novos sentidos para ele. Sudjic (2010) começa seu livro nos contando a história de como comprou seu novo *notebook* e como aquele produto que melhor contava uma história é o que “ganhava” na hora da compra. Podemos olhar para esse “melhor contar uma história” com o alargamento que aquele signo dá, ao encontrar com as palavras outras e a relação de identidade que aquele produto acaba criando, assim como um personagem de uma história. Bakhtin (2003, p. 318) nos alerta sobre essa construção do texto ser valorada como uma pessoa e leva ao grau de mais dialógica a relação criada com o texto de Dostoievsky e seus personagens. Criamos sentimentos sobre textos, gostamos, nos motivamos, detestamos. Assim quando valoramos os textos, criamos sua identidade, colocamos ele como uma pessoa viva.

A configuração do objeto da imagem do homem não é mera materialidade. Pode-se amá-lo, ter compaixão dele, etc. e, o mais importante, pode-se (e deve-se) entendê-lo. Na literatura de ficção (como na arte em geral), há reflexo de subjetividade até nas coisas mortas (relacionadas com o homem) (BAKHTIN, 2003, p. 318).

Por isso a aproximação que ele faz da construção de uma narrativa para “encantar” o consumidor se faz tão válida. Ao criar atributos para um produto, estamos criando uma identidade, assim como veremos no capítulo 3 quando, ao trabalhar com a tradução, o texto tem uma identidade. Como, sob a perspectiva ora mobilizada, os objetos do mundo são lidos como textos, a propaganda, no caso, vem para alargar esse texto construindo uma identidade que será valorada pelo consumidor. Se, para o autor, a história contada fez com que ele comprasse o *notebook*, para outros essa história e a identidade do produto pode causar repulsa, ou apenas não despertar sentimento nenhum. Se alguns sentem-se atingidos por ela, outros não darão a mínima. De toda forma devemos pensar que isso não acontece ao acaso, mas sim pelo fato de que a valor criado pelo consumidor será um juízo sobre o produto que, assim como a valoração das palavras, depende de diversos fatores como a materialidade, a ideologia, o história pessoal do consumidor, seu contexto, etc.

O que sobra para um designer lidar é a superfície, a aparência e as nuances semânticas do significado que nos permite interpretar e entender o que um objeto está tentando nos dizer sobre si mesmo. Essas mensagens vão desde o que o objeto faz, e quanto vale, até o modo de ligá-lo. São questões que estão longe de ser triviais, mas transformam o design (SUDJIC, 2010, p. 34).

Como exemplo mais claro sobre a criação de uma identidade a partir de seu *design*, Sudjic trata o tema dos caracteres (fontes) que, apesar de “simples letras” cada um tem características de forma, espaçamento, pontas, serifa, etc., e cada uma dessas características vão criando sua identidade. Essa identidade que a fonte passa a transforma quase em uma “pessoa”. Temos fontes mais divertidas, como temos fontes mais serias. Fontes para temas assustadores ou fontes que remetem a uma marca ou produto. Tudo isso cria um sentido a mais para a palavra, aumentando assim suas relações e seu conteúdo semiótico.

Se você questionar a premissa de que os objetos têm significado além do unitário, pense um pouco em todo conteúdo emocional tão além da legibilidade que pode ser captado das mínimas nuances que forma a tipologia de uma letra e lhe dão um caractere. O fato da letra ser chamado de “caractere” certamente não é coincidência. A letra é perfeitamente capaz de mostrar a personalidade e o caráter humano. Compare por um instante a mensagem transmitida pelo uso do tipo helvética em vez de Gothic numa manchete de jornal e as sutis variações entre esses dois extremos. Na forma de um tipo temos todas as características de um sotaque. Literalmente posso ouvir a Suíça quando olho para a Helvética. E quando o movimento nacionalista basco começou a se estabelecer no final do século XIX, um de seus fundadores fez transcrições obsessivas das inscrições antigas em pedras pelo país afora para inventar uma tipografia especificamente basca... A tipografia é, obviamente, um meio de comunicação. Talvez de modo menos óbvio a comunicação esteja não apenas nos significados formais das palavras escritas com tipos de letas. A maneira pela qual esses próprios tipos são organizados, moldados e desenhados passou a oferecer um outro nível de informação. As formas dos tipos transmitem níveis de significado que vão além do conteúdo literal das próprias palavras (SUDJIC, 2008, p. 37-40).

Nas páginas da revista *Superinteressante*, por exemplo, encontramos diversos tipos de fontes sendo usadas para as mais diversas criações de sentido. Na matéria a seguir, “Viagem que Cura”, a palavra “viagem”, por exemplo, traz a polifonia em ser uma viagem por drogas ou uma viagem espiritual, brincando com a ideia de viajar para algum lugar. Como a matéria trabalha com o tema das drogas psicodélicas que produziram essa viagem, ela usa uma fonte que, além de ser formada apenas por um contorno – e ter seu centro vazado para mostrar mais coisas passando por interior – ainda foi repetida diversas vezes e em diversos tons.

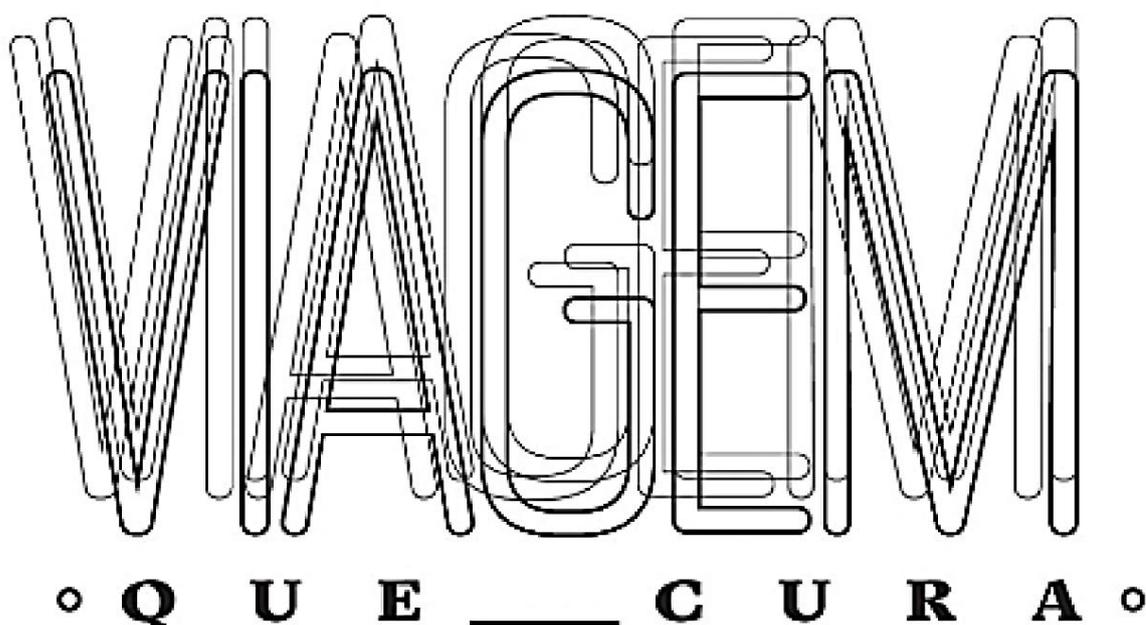


FIGURA 08: Matéria “Vigem que Cura” – detalhe título – Revista *Superinteressante*. Março de 2017, p. 38.

A escolha dessa fonte e desse efeito faz parecer, possivelmente, que o leitor está olhando para o título sob o efeito dessas drogas. Assim, além da informação, temos uma ilustração que cria sentido. Sobre fontes, ainda existe uma discussão sobre a legibilidade que também é tratada por Sudjic (2010) que, neste momento, não se faz interessante, pois estamos apenas verificando como seu *design* consegue colocar mais e mais vozes em jogo nos textos. Ela ser mais ou menos legível pode ser só mais uma escolha na hora de produzir esses sentidos.

O design é a linguagem que uma sociedade usa para criar objetos que reflitam seus objetivos e valores. Pode ser usado de formas manipuladoras e mal-intencionadas, ou criativas e ponderadas. O Design é a linguagem que ajuda a definir, ou talvez a sinalizar, valor. Cria as pistas táteis e visuais que sinalizam “precioso” ou barato – mesmo se, dada a infinita capacidade de ironia da mente humana, e a busca permanente por novidade, esses sinais forem regularmente subvertidos (SUDJIC, 2010, p. 49).

Pensamos, então, nessa criação de identidade. O *designer* seria o profissional responsável por apenas parte dela – e esse é o ponto que devemos nos atentar para não estar construindo uma ideia monolítica sobre o assunto. Se ele coloca atributos e cria histórias para as pessoas que vão consumir, por outro lado essas mesmas pessoas também são responsáveis por essas histórias. Se deixássemos o “poder” dos sentidos apenas no autor, não estaríamos construindo essa teoria como dialógica. Sim, o profissional que o pensa coloca informações e vozes, mas quando o outro vai entrar em contato com algum atributo, parte de sua vida entra nesse jogo. Se Sudjic se sentiu compelido a comprar aquele computador, isso acontece pois ele “comprou” e transfigurou aquela história para sua própria realidade.

Quando consumimos produtos, construímos essa relação dele se tornar também parte de nossa identidade em diversas escalas. Se, ao comprar uma extensão para tomadas pouco me importa seu formato e cor, eu não posso dizer isso das minhas roupas ou se eu compro um carro. Mesmo o fato da extensão pouco importar para mim, já é uma escolha ideológica que entra nesse jogo de produção e consumo.

O design é usado para moldar percepções de como os objetos devem ser compreendidos. Às vezes isso é uma questão de comunicação direta: para acionar uma máquina é preciso entender intuitivamente o que ela é, como fazê-la executar o que você quer. O primeiro laptop, a primeira câmera reflex de lente única ou o primeiro telefone celular exigiam um designer para definir o que um laptop, uma câmera ou um telefone deveriam ser. Tudo que veio depois é uma variação desse tema. Às vezes a comunicação é mais emocional. Metais preciosos sugerem que objetos feitos com eles são em si mais importantes do que os feitos com materiais menos valiosos. Essa é uma linguagem que evolui e modifica seus significados tão depressa como qualquer outra. Pode ser manipulada com sutileza e inteligência, ou com obviedade canhestra. Mas é a chave para entender o mundo feito pelo homem (SUDJIC, 2010, p. 51).

Ademais, o *design* vai além dessa construção sobre o material e deve ser pensada também pelos usos. Se escolho um sistema de computador ao invés de outro, ou prefiro usar um programa de músicas A, ao invés do B, são escolhas que muitas vezes também somam para a construção de identidade. Pensa-se sempre no “mais fácil”, mas, como exemplo, posso ser um desenvolvedor e preferir usar o Linux ao Windows, mesmo sendo mais difícil para os usuários comuns, apenas para me colocar como alguém que entende de programação. Veja que essa escolha, assim como todas as outras, é uma questão de estilo individual, e assim como as roupas ou um carro, é uma questão de construir meu próprio texto identitário, logo é uma questão de linguagem.

O design também tem outro tipo de ressonância. Não vamos esquecer que o bom design é também um prazer para si mesmo. A qualidade estética escultural de um copo ou uma cadeira e a elegância intelectual de uma interface são expressões criativas intrinsecamente apreciáveis. Como também a elegância com que um programa de software interage com seus usuários (SUDJIC, 2010, p. 50).

Podemos ainda traçar um paralelo sobre como o design é linguagem, observando que, a construção da linguagem sempre seguiu a elaboração de nossa sociedade. Volochinov (2013, p. 136), nos mostra que a linguagem *nascida no processo de luta obstinada do homem contra a natureza, [...] a linguagem recorreu ao mesmo processo de desenvolvimento que a cultura material econômica e técnica.*

Bakhtin (2004, p. 129-130) também nos mostra que o homem pré-histórico utilizava-se de palavras onisignificantes para explicar seu mundo e o uso de pedaços da natureza. O homem precisava sobreviver e, para isso, foi modificando o mundo a sua volta. Além de construir objetos, ele também foi dando valor para eles. Se uma faca de metal cortava melhor que uma faca de pedra – e ainda podemos

pensar que demorava para ser produzida, exigindo uma tecnologia diferente – temos então uma faca de maior valor. Logicamente não estamos estabelecendo relações mecânicas, mas estamos pensando como os artefatos humanos se formam construindo seu valor.

Ambos explicam que na antiguidade, segundo as suposições de Nicola Marr e Friedrich Engels⁹, para nossa sociedade se desenvolver, a comunicação foi fundamental. Na idade da pedra, possivelmente, não falávamos, mas usávamos a linguagem gestual para a caça e a pesca. A chamada *linguagem das mãos* acontecia, pois, as mãos eram usadas para coletar e caçar. Logo, ela foi seguida de gritos de emoção e excitação, construindo assim nosso primeiro uso da linguagem (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 136-137). Apesar de funcional, não podemos achar que esse começo já construiria nossa linguagem atual, articulada e signica.

Portanto a aparição a linguagem articulada não foi provocada pela necessidade de comunicação social, já que existia uma linguagem mais simples, feita de gestos e de mímica – *A linguagem das mãos*. É preciso buscar a origem da linguagem sonora nas condições peculiares do trabalho na vida da humanidade primitiva. A essas condições deve também sua origem a arte, que por longo tempo conformou-se na associação indivisível da dança, do canto e da música, com sons de instrumentos rudimentares. Tanto a linguagem sonora quanto essa arte tríplice têm uma base comum: as ações mágicas que, aos olhos da obscura e atrasada consciência do homem daquele período, pareciam condições necessárias ao êxito de sua atividade produtiva, e por isso acompanhavam sempre todos seus trabalhos coletivos. É dessa complexa ação mágica que compreendia tanto movimentos mágicos das mãos e de todo o corteo quanto gritos mágicos que desenvolveram gradualmente os órgãos de fonação, que se origina a linguagem fônica articulada (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 137).

As ações mágicas e os ritos estavam inteiramente ligados com as condições econômicas. Para ser efetivo na caça, o homem primitivo criava ritos religiosos que gradualmente foram tornando-se mais complexos, gerando assim *sucessivos estados de compreensão do mundo circundante e da relação com ele* (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 137).

O segundo estágio, chamado de *mágico* (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 138), foi onde tivemos o desenvolvimento sonoro, não se tratando de palavras, mas de sonorizações determinadas para acompanhar os já falados ritos. Com o desenvolvimento do aparelho fonador, *faltava somente um passo para que esses*

⁹ Segundo nota do próprio livro, há traduções brasileiras do texto de Engels no livro “a dialética da natureza”.

complexos fônicos se transformassem em palavras. Bastaria que o homem tivesse tido a necessidade, empurrado pelas exigências econômicas, de compreender e de explicar-se (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 138). Assim o homem começa a dar nome para coisas, como a palavra “Mão” (Relacionada ao trabalho) e as coisas que estariam ligadas ao sagrado, como céu, água, fogo e suas composições. Esses complexos fônicos ainda não eram e não poderiam se tornar linguagem. A linguagem aconteceu quando começamos o processo de *entrecruzamento linguístico* (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 139).

Esse entrecruzamento acontece, pois o homem está vivendo em uma sociedade mais complexa e precisa trabalhar junto para sobreviver. Com muitos indivíduos e muitos reagrupamentos, a bagagem lexical vai ampliando. Como os sons são limitados (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 140), acontece o *encadeamento truncado*, criando assim as palavras. Logo depois temos a construção das frases e a criação de adjetivos (bom, mau, válido, péssimo, etc.) e, por último, a criação da sociedade privada, criando assim os pronomes (eu, você, meu, seu). Sendo assim, não podemos nunca separar a aquisição da linguagem com seu caráter econômico/social. Dessa maneira, após muita elaboração, começamos a criar a *ideologia* em nossa sociedade.

De tudo que dissemos, fica claro o papel que teve a organização social do trabalho no nascimento e desenvolvimento da linguagem. Podemos perceber essa relação não só no campo dos significados das palavras - a chamada semântica – mas também na área da gramática (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 140).

Dondis (2007), em seu livro *sintaxe da linguagem visual* trabalhou essa aproximação *design/linguagem* para construir a teoria da sintaxe visual. Da mesma forma que a sintaxe verbal é necessária para a língua ser entendida, existe uma necessidade de sintaxe visual – inclusive seu trabalho é reconhecido pelo alfabetismo visual. A ordem dos elementos, sua diagramação, as formas, cores e todos os elementos visuais são considerados, então, como linguagem.

A linguagem ocupou uma posição única no aprendizado humano. Tem funcionado como meio de armazenar e transmitir informações, veículo para o intercâmbio de idéias e meio para que a mente humana seja capaz de conceituar. Logos, a palavra grega que designa linguagem, inclui também os significados paralelos de "pensamento" e "razão" na palavra inglesa que dela deriva, logic. As implicações são bastante óbvias; a linguagem verbal é

vista como um meio de chegar a uma forma de pensamento superior ao modo visual e ao tátil. Essa hipótese, porém, precisa ser submetida a alguns questionamentos e indagações. Para começar, a linguagem e o alfabetismo verbal não são a mesma coisa. Ser capaz de falar uma língua é muitíssimo diferente de alcançar o alfabetismo através da leitura e da escrita, ainda que possamos aprender a entender e a usar a linguagem em ambos os níveis operativos. Mas só a linguagem falada evolui naturalmente. Os trabalhos lingüísticos de Noam Chomsky indicam a estrutura profunda da capacidade lingüística é biologicamente inata. O alfabetismo verbal, o ler e o escrever, deve porém ser aprendido ao longo de um processo dividido em etapas. Primeiro aprendemos um sistema de símbolos, formas abstratas que representam determinados sons. Esses símbolos são o nosso á-bê-cê, o alfa e o beta da língua grega que deram nome a todo o grupo de símbolos sonoros ou letras, o alfabeto. Aprendemos nosso alfabeto letra por letra, para depois aprendermos as combinações das letras e de seus sons, que chamamos de palavras e constituem os representantes ou substitutos das coisas, idéias e ações. Conhecer o significado das palavras equivale a conhecer as definições comuns que compartilham. O último passo para a aquisição do alfabetismo verbal envolver a aprendizagem da sintaxe comum, o que nos possibilita estabelecer os limites construtivos em consonância com os usos aceitos. São esses os rudimentos, os elementos irredutivelmente básicos da linguagem verbal. Quando são dominados, tornamo-nos capazes de ler e escrever, expressar e compreender a informação escrita. Esta é uma descrição extremamente superficial. Fica claro, porém, que mesmo em sua forma mais simplificada o alfabetismo verbal representa uma estrutura dotada de planos técnicos e definições consensuais que, comparativamente, caracterizam a comunicação visual como quase que inteiramente carente de organização. Não é bem isso o que acontece (DONDIS, 2007, p. 14-15).

Devemos tomar cuidado para não acreditar que o desenvolvimento da linguagem ou do *design* siga uma posição mecânica de que algo que acontece em A, torna-se B. Bakhtin (2004) nos alerta que as relações sociais que constroem a ideologia, apesar de ligadas ao material da sociedade, não produzem diretamente influências na língua.

Tanto um quanto outro método de dedução da ideologia a partir da infraestrutura passam à margem da substância do fenômeno ideológico. Mesmo se a correspondência estabelecida for justa mesmo se o “homem supérfluo” tiver efetivamente aparecido na literatura em relação em correlação com a decadência econômica da nobreza, em primeiro lugar, disto não decorre em absoluto que os reveses econômicos correspondentes engendrem por um fenômeno de causalidade mecanicista “homens supérfluos” nas páginas dos romances (a futilidade de uma tal suposição é absolutamente evidente); em segundo lugar, esta correspondência não tem nenhum valor cognitivo enquanto não se explicitarem o papel específico do “homem supérfluo” na estrutura da obra romanesca e o papel específico do romance no conjunto da vida social (BAKHTIN, 2004, p. 40).

Dessa forma, só poderemos entender como o *design* e a linguagem se constituem a partir da relação entre a infra e a superestrutura, e só poderemos

entender essa relação se olharmos para dentro dos signos. Nele, encontramos a refração e o reflexo da realidade que está em constante transformação.

De fato, a essência deste problema, naquilo que nos interessa, liga-se à questão de saber como a realidade (a infra-estrutura) determina o signo, como o signo reflete e refrata a realidade em transformação (BAKHTIN, 2004, p. 41).

Então estudar o *design* é estudar seu conteúdo sógnico. Sua realidade material, sua ideologia, sua construção única de cada indivíduo, seu contexto e seus usos sociais são camadas de uma construção que, assim como as palavras, mostra a realidade em que vivemos.

Logicamente, não limitaremos o papel do *design*, ou de qualquer outra linguagem, apenas ao olhar do consumo. Temos nas várias teorias do *design*, áreas que se preocupam em estabelecer e melhorar a relação homem/objeto ou, como a própria nomenclatura do *design* costuma chamar, facilitar a experiência do usuário nos mais diversos níveis. Um exemplo disso é a linha de estudos do *design* de interação ou até mesmo a metodologia criada para gerir inovação dentro das empresas.

Quanto produtos interativos existem em nosso cotidiano? Pense por um minuto sobre o que você utiliza em um dia normal: telefone celular, computador, controle remoto, máquina de café, caixa eletrônico, máquina de emitir bilhetes, impressora, iPod, calculadora, GPS, DVD, jogo de computador, etc.: a lista é interminável. Agora pense sobre a usabilidade deles. Quanto realmente são fáceis e agradáveis de usar e não exigem muito esforço? Alguns como o iPod, são ótimos. Outros podem ser muito frustrantes, como um projetor que, mesmo conectado, não reconhece o laptop. Por que há essa diferença? Muitos produtos que requerem a interação do usuário foram projetados principalmente tendo o usuário em mente, como os smartphones e os sites de redes sociais. Geralmente eles são fáceis e agradáveis de usar. Outros, como a troca de visualização de um DVD para um canal de TV, ou a definição do alarme de um relógio digital, não foram projetados tendo os usuários em mente; foram concebidos principalmente com os sistemas para executar funções definidas. Mesmo que eles funcionem de forma eficaz, isso pode depender de como o sistema será utilizado por pessoas reais.

Um dos principais objetivos do Design de interação é reduzir os aspectos negativos da experiência do usuário (p. ex. frustração/aborrecimento) e ao mesmo tempo melhorar os positivos (p. ex. divertimento/compromisso). Trata-se essencialmente de desenvolver produtos interativos que sejam fáceis, eficientes e agradáveis de usar – a partir da perspectiva dos usuários (ROGERS et al., 2013, p. 1-2).

Apesar de mobilizara perspectiva do *design*, não estamos mistificando a área como a solução ideal, mas sim como uma porta de entrada para se pensar a criação de conteúdo. Essa mistificação que hoje acontece com algumas metodologias simplificadas, colocando-se como a solução para os problemas de outras esferas já foi criticada por Pereira (2008) como um dos problemas intrínsecos da construção da teoria do *design*.

Nesse contexto, é bem comum confundir o ofício do design com a arte – o que inicia a eterna discussão de design ser arte ou não. Essa mesma já é uma exemplificação bem clara das distorções geradas na definição e estudo do design, mas ainda há outras confusões clássicas, como tentar colocá-lo como pura ciência ou como a natural curiosidade humana em inventar coisas. Dessa tendência um tanto megalomaniaca de aumentar a função do design, podemos encontrar até correntes que o defendam como um corretor dos males sociais, atribuindo-o a função de transformador da sociedade através de seu poder cognitivo (PEREIRA, 2008, p. 19-20).

O ponto mais interessante que temos como premissa para nosso estudo é exatamente transmutar a relação: “habitue-se com objeto” para a relação “o objeto pensado para o usuário”. Essa quebra de paradigma proposto por qualquer porta de entrada do *Design* mostra que, para facilitar e até motivar as pessoas para usar/ler os objetos do mundo, é necessário que o centro de valor esteja no usuário e não no objeto em si.

Uma preocupação crucial do Design de interação é desenvolver produtos interativos que sejam usáveis, o que genericamente significa produtos que sejam fáceis de apreender a usar, eficazes e que proporcionem ao usuário uma experiência agradável (ROGERS e al., 2013, p. 2).

Essa orientação que busca tornar a experiência homem/objeto/mundo agradável é o ponto que buscamos construir, assim, facilitaremos a interação entre o conhecimento científico e as demais esferas – tanto as outras ciências quando falamos de interdisciplinaridade, quanto as esferas da sociedade que precisam e que devem ser estimuladas a se relacionar com o conhecimento científico.

Projetar produtos interativos requer que se leve em conta de que forma, onde e por quem serão utilizados. Outra preocupação importante consiste em entender os tipos de atividades que as pessoas estarão realizando quando interagirem com os produtos. O que é mais apropriado para os diferentes tipos de interfaces e para o planejamento de dispositivos de

entrada e saída de informação dependerá de que tipos de atividades receberão suporte (ROGERS et al., 2013, p. 6).

Essa leitura de mundo, da porta de entrada do *design*, como já vimos, está relacionada com o uso da linguagem na sociedade. Ao simplificarmos o conteúdo, estamos pensando em como a função social de diversos tipos de linguagem deve ser pensada. Se o *design* olha para os produtos, sistemas e problemas, e os coloca em relação mais amigável com diversos grupos, a tradução que buscamos é o ato de deixar esse conteúdo simples para relacionar as vozes.

Temos, então, alguns indícios para orientar nosso trabalho doravante: (a) As atividades e gostos sociais das pessoas devem ser pensados para facilitar sua relação com textos de cunho técnico e científico; (b) Eles devem ter acesso fácil e mais amigável aos diversos níveis de conhecimentos que já citamos; e (c) Que eles possam transitar por esses níveis e que sejam estimuladas para isso.

Uma das contribuições mais importantes e que deve ser ressaltada para este trabalho é a de Cross (1982). Esse seu primeiro artigo publicado daria continuidade a todos os trabalhos que formariam o campo de estudos do *design thinking*, mais precisamente com os trabalhos de *Brown (2009)*, *Cross (2007)*, *Lawson (2006)* e *Martin (2009)*. Segundo estes estudiosos, *as habilidades de um design thinker não estão restritas somente aos designers, podendo ser desenvolvidas por meio da experiência* (FERRAZ; DEMARCH, 2015).

Buscamos destacar que, em 1982, Cross argumentava que um dos principais resultados do projeto de pesquisa de arte no 'Design no ensino geral' do Royal College reafirmou uma crença de que era necessário criar uma *"terceira área na educação"*. As duas áreas já estabelecidas podem ser classificadas como a *"educação nas ciências"* e *"educação nas artes ou humanidades"*. A terceira não é tão facilmente reconhecida por ser uma experiência recolhida da cultura material e na experiência, habilidade e entendimento juntando o planejamento, inventando e colocando a mão na massa. Essa seria a base para a construção do "Design with a capital D" (sem tradução para português).

Esse estudo do Royal College pretende que a *educação nas ciências* cuide do ensino da experiência controlada, classificação e análise; a *"educação nas artes ou humanidades"* cuide da experiência humana – como a criticidade, as metáforas e analogias e a avaliação e o terceiro campo, o do "Design with a capital D" com o que

o humanos modificam no mundo, dessa forma modelagem, padrão de formação, e a síntese.

Para nós, apenas será importante entender que olhar o mundo, os conteúdos e a educação pela porta do *design* já foi (e ainda é) tentado. Porém, podemos replicar essa construção de uma terceira cultura, visto que não estamos tentando fixar uma metodologia, mas sim mostrar que, para toda e qualquer fonte de informação que precisa caminhar por uma esfera social diferente, temos um efeito de facilitação para quem vai consumir esse discurso. Inclusive não podemos separar a metáfora, as analogias e a própria avaliação (já chamada anteriormente de Valoração) como um caminho para essa construção.

Dondis (2007, p. 17) ainda nos alerta sobre como a educação deixou de lado o conteúdo visual, focando principalmente na língua escrita e na oralidade, sendo que, como humanos, temos na visão um dos sentidos mais importantes para “ler” o mundo. *A visão envolve algo mais do que o mero fato de ver ou de que algo nos seja mostrado. É parte integrante do processo de comunicação, que abrange todas as considerações relativas às belas-artes, às artes aplicadas, à expressão subjetiva e à resposta a um objeto funcional* (DONDIS, 2007, p. 13). Por esse motivo, a autora explica o impacto que a fotografia teve em nossa cultura. *O visual predomina, o verbal tem a função de acréscimo* (DONDIS, 2007, p. 12). Assim vemos que ilustrações, fotos, infográficos e esquemas são tão importantes quando estamos passando conteúdos para outras esferas. Eles facilitam essa relação pois a linguagem visual, ao contrário dos outros sistemas de signos, é universal. Segundo a autora, temos aproximadamente 1300 línguas em uso, cada uma com suas peculiaridades e diferenças, mas a linguagem visual seria facilmente entendida por qualquer um.

Em parte devido à separação, na esfera visual, entre arte e ofício, e em parte devido às limitações de talento para o desenho, grande parte da comunicação visual foi deixada ao sabor da intuição e do acaso. Como não se faz nenhuma tentativa de analisá-la ou defini-la em termos de estrutura do modo visual, nenhum método de aplicação pode ser obtido. Na verdade, essa é uma esfera em que o sistema educacional se move com lentidão monolítica, persistindo ainda uma ênfase no modo verbal, culpando com caráter esmagadoramente visual da experiência da aprendizagem da criança. Até mesmo a utilização de uma abordagem visual do ensino carece de rigor e objetivos bem definidos. Em muitos casos, os alunos são bombardeados com recursos visuais -, mas trata-se de apresentações que reforçam a experiência passiva de consumidores de televisão. Os recursos de comunicação vêm sendo produzidos para fins pedagógicos são

apresentados com critérios muito deficientes para a avaliação e compreensão dos efeitos que produzem (DONDIS, 2007, p. 16-17).

Veja que a autora não está dizendo que recursos visuais não são usados, mas que não aproveitamos seus reais potenciais. Isso acontece por usarmos ainda de maneira passiva e que, quem o recebe, não consegue ter um “olhar crítico” para a produção. Quando existe o alfabetismo visual, além da mensagem, o interlocutor pode olhar para ela de uma maneira crítica, entender os diversos sentidos que aquela produção visual está construindo, afinal, como já vimos, os sentidos não estão da mensagem “em si” mas no jogo entre as vozes do que fala e do outro, que também fala. Não dominar parte desse código faz com que parte dos sentidos não sejam trocados.

O consumidor da maior parte da produção dos meios de comunicação educacionais não seria capaz de identificar (para recorrermos a uma analogia com o alfabetismo verbal) um erro de grafia, uma frase incorretamente estruturada ou um tema mal formulado. O mesmo se pode quase sempre afirmar no que diz respeito à experiência dos meios “manipuláveis”. As únicas instruções para o uso de câmeras, na elaboração de mensagens inteligentes, procedem das tradições literárias, e não da estrutura e da integridade do modo visual em si (DONDIS, 2007, p. 17).

Parte desse potencial não é aproveitado pelo próprio preconceito com que as artes são vistas em diversos campos do ensino. O trabalho visual fica visto como recreativo, não intelectual. O momento de utilizar outras linguagens que não sejam a escrita e a oral – com o máximo de seu rigor gramatical, inclusive – é visto como um momento de descontração, não de ensino. Assim, muitas artes não se sentem “parte do desenvolvimento intelectual”. Mussarelli (2017) começa sua tese com uma tirinha de Calvin, de Bill Watterson, na qual, quando questionado pela professora se ele sabia “quem foi nosso primeiro presidente” ele responde que não, mas mostra um conhecimento grande na “origem secreta de cada super-herói da liga termonuclear da justiça do capitão cometa”. Como esperado, ele é obrigado a ficar após a aula e pensa que “não sou burro. É que o conhecimento que eu domino não tem utilização prática”. Veja, conhecer de super-heróis, ler diversas histórias em quadrinhos, assistir filmes, não é considerado “conhecimento”. A maior parte do ensino monolítico/monológico só entende que o conhecimento seria o enciclopédico e quem o decorar melhor, seria mais inteligente.

Uma das tragédias do avassalador potencial do alfabetismo visual em todos os níveis é a função irracional, de depositário de recreação, que as artes visuais desempenham nos currículos escolares, e a situação parecida que se verifica no uso dos meios de comunicação, câmeras, cinema e televisão. Por que herdamos, nas artes visuais, uma devoção tácita ao não-intelectualismo? O exame dos sistemas de educação revela que o desenvolvimento de métodos construtivos de aprendizagem visual é ignorados, a não ser no caso de alunos especialmente interessados e talentosos. Os juízos relativos ao que é factível, adequado e eficaz na comunicação visual foram deixados ao sabor das fantasias e de amorfas definições de gosto, quando não da avaliação subjetiva e auto reflexiva do emissor ou do receptor, sem que se tente ao menos compreender alguns dos níveis recomendados que esperamos encontrar naquilo que chamamos de alfabetismo no modo verbal. Isso talvez não se deva tanto a um preconceito à firme convicção de que é impossível chegar a qualquer metodologia e a quaisquer meios que nos permitam alcançar o alfabetismo visual. Contudo, a exigência de estudo dos meios de comunicação já ultrapassou a capacidade de nossas escolas e faculdades. Diante do desafio do alfabetismo visual, não poderemos continuar mantendo por muito mais tempo uma postura de ignorância do assunto (DONDIS, 2007, p. 17-18).

Claro que o trabalho de Dondis (2007) e sua vocação para modificar a forma que lemos o mundo e as mensagens visuais será usado para “lermos” nosso pedaço de mundo abordado neste estudo, mas não pretendemos propor uma “atualização” de sua teoria para o ensino, estamos olhando para sua teoria para enxergar a tradução que acontece nas revistas. Nossa discussão, inclusive, segue um caminho mais amplo, pois além de se preocupar com o ensino, temos um posicionamento sobre o que é fazer ciência. O problema das imagens no ensino também é um *problema sobre o texto nas ciências humanas. Onde não há texto não há objeto de pesquisa e pensamento* (BAKHTIN, 2003, p. 307).

O texto “subentendido”. Se entendido o texto no sentido amplo como qualquer conjunto coerente de signos, a ciência das artes (a musicologia, a teoria da história e as artes plásticas) opera com textos (obras de arte) São pensamentos sobre pensamentos, vivências das vivências, palavras sobre palavras, texto sobre textos. Nisto reside a diferença essencial entre as nossas disciplinas (humanas) e naturais (sobre a natureza), embora aqui não haja fronteiras absolutas, impenetráveis (BAKHTIN, 2003, p. 307).

Se refletirmos com uma perspectiva dialógica a crítica sobre o ensino das artes visuais de Dondis (2007), vemos que, em tese, o problema está em imaginarmos que o ensino ou uma produção visual seja monológica. A Escola pareceu funcionar, até os dias atuais, de forma monológica (e, hoje, se procurarmos, rapidamente, encontraremos vários estudos de como ela não funciona mais). Mas a utilização da linguagem visual nunca conseguiu se manter nesse estado monológico.

Ela precisa estar viva para fazer sentido. A língua também precisa estar viva, por isso vemos nos estudos das ciências humanas a distinção dos demais estudos. Estudar a vida é falar sobre o que foi dito, com seu olhar e sua reinterpretação de mundo. Vamos ver no próximo capítulo que escrever já é traduzir (PETRILLI; PONZIO, 2016). Passar um vídeo para um monte de alunos, sem que eles saibam ler criticamente as imagens, é apenas um trabalho de reprodução. As ciências humanas se constroem de maneira diferente. Elas são o *pensamento sobre o pensamento*.

O pensamento das ciências humanas nasce como pensamento sobre pensamentos dos outros, sobre exposições de vontades, manifestações, expressões, signos atrás dos quais estão os deuses que se manifestaram (a revelação) ou os homens (a lei dos soberanos no poder os legados ancestrais, as sentenças e enigmas anônimos, etc.). O Inventário, por assim dizer, cientificamente exato dos textos e a crítica dos textos são fenômenos mais tardios (trata-se de toda uma reviravolta no pensamento das ciências humanas, do nascimento de *desconfiança*). A princípio era a fé, que exige apenas compreensão - interpretação. O apelo dos textos profanos (o aprendizado das línguas, etc.) Não é nossa intenção um aprofundamento na história das ciências humanas, particularmente da filologia e da linguística – estamos interessados na especificidade do pensamento das ciências humanas, voltado para pensamentos, sentidos e significados dos outros, etc., realizados e dados ao pesquisador apenas sob a forma de texto. Independentemente de atuais sejam seus objetivos de uma pesquisa, só o texto pode ser ponto de partida (BAKHTIN, 2003, p. 308).

Se separarmos a vida de um texto, assim como apenas “assistir” um vídeo em uma aula, sem uma contextualização com a própria vida desse aluno e um pensamento crítico sobre a mesma, estamos deixando parte dos sentidos, que são infinitos, de fora. É preciso que o outro venha de encontro para com o texto, ou seja, que a consciência dele venha de encontro com a minha no texto. *O acontecimento da vida do texto, isto é sua verdadeira essência, se desenvolve na fronteira de duas consciências* (BAKHTIN, 2003, p. 311).

Dois pólos do texto. Cada texto pressupõe um sistema universalmente aceito (isto é, convencional no âmbito de um dado grupo) de signos, uma linguagem (ainda que seja linguagem da arte). Se por trás do texto não há uma linguagem, este, este já não é um texto mas um fenômeno das ciências naturais (semiótico), por exemplo, um conjunto de gritos naturais e gemidos desprovidos de repetição linguística (semiótica). É claro, todo texto (seja ele oral ou escrito) compreende um número considerável de elementos naturais diversos, desprovido de qualquer configuração semiótica, que vão além dos limites da investigação humanística (linguística, filológica, etc.) mas são por esta levados em conta (a deterioração de um manuscrito, uma dicção ruim, etc.) Não há nem pode

haver textos puros. Além disso, em cada texto existe uma série de elementos que podem ser chamados de técnicos (aspecto técnico do gráfico, da obra, etc.) (BAKHTIN, 2003, p. 309).

A atitude humana é um texto em potencial e pode ser compreendida (como atitude humana e não ação física) unicamente no contexto dialógico da própria época (como réplica, como posição semântica, como sistema de motivos) (BAKHTIN, 2003, p. 312). Talvez por isso exista, hoje, um discurso sobre as dificuldades do ensino estarem ligadas ao uso do celular. Uma pessoa, hoje, deve passar muito mais tempo lendo, assistindo vídeos, conversando com diversas pessoas, do que passava há algumas décadas atrás. Graças à esse novo *gadget*, ela acaba construindo um conhecimento – que para nós não deve nunca ser classificado como bom ou ruim – mas, até por hipóteses desses mesmos discursos de senso comum, ela não consegue se concentrar no conteúdo monológico enciclopédico ensinado nas escolas. Talvez pura e simplesmente por esse conhecimento estar, como estamos vendo, desprovido de vida.

O texto como reflexo subjetivo do mundo objetivo, o texto como expressão da consciência que reflete algo. Quando o texto se torna do nosso conhecimento podemos falar do reflexo do reflexo. A compreensão e um texto sempre é um reflexo do reflexo. Um reflexo através do outro no sentido do objeto refletido. Nenhum fenômeno da natureza tem “significado”, só os signos (inclusive as palavras) têm significado. Por isso, qualquer estudo dos signos, seja qual for o sentido em que tenha avançado, começa obrigatoriamente pela compreensão (BAKHTIN, 2003, p. 319).

Quando retiramos a vida dos textos, aproximando apenas de sua *significação* e excluindo seu *tema*, eles perdem seus sentidos. Olhar para uma teoria, por mais “dura” que ela possa ser – como por exemplo uma fórmula matemática – sem entender seus usos na vida, cria a sensação de estarmos apenas olhando para um tipo de conhecimento que em nada nos afeta. Se entendêssemos que até uma fórmula matemática não é apenas uma abstração, mas um meio de uma pessoa resolver um problema na vida de outras e passá-la adiante para ser replicada, repensada e estudada, é também um tipo de linguagem, talvez seria mais fácil explicá-la para um público leigo. *A língua, a palavra são quase tudo na vida humana* (BAKHTIN, 2003, p. 324).

Onde não há palavras, não há linguagem e não pode haver relações dialógicas; estas não podem existir entre os objetos ou entre grandezas lógicas (conceitos, juízos, etc.) às relações dialógicas pressupõe linguagem, no entanto elas não existem no sistema da língua. A especificidade das relações dialógicas pressupõe linguagem, no entanto elas não existem no sistema da língua. A especificidade das relações dialógicas requer um estudo especial (BAKHTIN, 2003, p. 323).

Veja que, da mesma forma que o exemplo de uma fórmula matemática explica esse distanciamento, poderíamos, de maneira análoga, mobilizar a utilização de um léxico que é só entendido por pares. Esse afastamento da vida comum para fazer sentido apenas para vidas que detém o conhecimento, muito comum nos discursos científicos, é o que tentamos questionar com nosso entendimento de tradução dentro do gênero “revista de atualidades”. Se o *objeto nas ciências humanas é o ser expressivo e falante* ((BAKHTIN, 2003, p. 395), temos na revista algo parecido. O discurso sobre os discursos. O texto que passa um entendimento, um ponto de vista. Que se mistura com diversos outros para formar um novo – e diferente – texto.

As palavras e formas como abreviaturas ou representantes do enunciado, de uma visão de mundo, de um ponto de vista etc., reais ou eventuais. O monologismo, o pensamento nas ciências humanas. O linguista se habituou a perceber tudo em um contexto fechado único (no sistema da língua ou no texto linguisticamente interpretado, não correlacionado dialogicamente com o outro, com o texto não responsivo), e como linguista ele evidentemente está com a razão. O dialogismo do nosso pensamento sobre obras, teorias, enunciados, em geral, do nosso pensamento sobre os homens (BAKHTIN, 2003, p. 326).

Assim, além de entendermos sobre como a tradução funciona nas revistas, mobilizamos também a metodologia deste trabalho. *O dado e o criado no enunciado verbalizado. O enunciado nunca é apenas um reflexo, uma expressão de algo já existente fora dele, dado e acabado. Ele sempre cria algo que não existia antes dele, absolutamente novo e singular e que ainda por cima tem relação com o valor (com a verdade, com a bondade, com a beleza, etc.* (BAKHTIN, 2003, p. 326). Ao estudarmos as revistas, estamos estudando o dado e o criado, cristalizado, um reflexo e uma refração da sociedade em que o texto e nós mesmos estamos inseridos. De certa forma também estamos criando algo novo sobre nosso tema de trabalho e trazendo novas perspectivas com um novo elo para as já correntes discursivas.

Estudas no dado criado (por exemplo, a língua, os elementos acabados e gerais da visão do mundo, dos fenômenos refletidos da realidade, etc.) é bem mais fácil que estudar o criado. Frequentemente, toda análise científica se reduz a revelação de um todo criado, já presente e pronto antes da obra (o que foi encontrado de antemão pelo artista e não criado). É como se todo o dado se recriasse no criado, sofresse transformação em seu interior. A redução ao que foi dado e preparado de antemão. O objeto pronto, os meios linguísticos prontos para sua expressão, o próprio artista pronto, sua visão de mundo pronta. E eis que por meio de recursos prontos, à luz de uma visão de mundo pronta, o poeta reflete o objeto pronto. Em realidade, também se cria o objeto no processo de criação, criam-se o próprio poeta sua visão de mundo, os meios de expressão (BAKHTIN, 2003, p. 326).

O nosso leitor ou o leitor da revista, assim como citamos, não está apenas lendo, ele também está criando um novo entendimento sobre o mundo em que vive. Para ele visitar os signos presentes na revista ele precisa trazer seus próprios signos para que, juntos, ambos façam sentido. Novamente temos que só existe sentido se tiver vida e só existe vida na relação de duas ou mais consciências vivas.

A Palavra não pode ser entregue apenas ao falante. O autor (falante) tem os seus direitos inalienáveis sobre a palavra, mas o ouvinte também tem seus direitos; tem também os seus direitos aqueles cujas vozes estão na palavra encontrada de antemão pelo autor (porque não há palavra sem dono). A Palavra é um drama do qual participam três personagens (não é um dueto, mas um trio). Ele não é representado pelo autor e é inadmissível que seja introjetado (introjeção) no autor (BAKHTIN, 2003, p. 328).

Quando Bakhtin se refere ao terceiro participante do jogo entre o autor/criador e seu ouvinte responsivo, ele está falando sobre o enunciado. Só o *enunciado pode ser verdadeiro (ou não verdadeiro), correto (falso) belo, justo etc.* (BAKHTIN, 2003, p. 328) sendo assim, os sistemas linguísticos, seu contexto, as vozes do autor, as vozes do ouvinte se encontram nesse terceiro sujeito que é o responsável pela construção de um entendimento. Apenas olhando para o enunciado na vida conseguimos entender o todo linguístico que o comporta.

A compreensão do enunciado (que envolve responsividade e, por conseguinte, juízo de valor). Não estamos interessados no aspecto psicológico da relação com os enunciados dos outros (interpretações) mas com o seu reflexo na própria estrutura do próprio enunciado (BAKHTIN, 2003, p. 328).

Assim, conseguimos entender o papel do *design* dentro da nossa própria construção. Olhamos para os textos das revistas, gráficos e imagens não procurando as palavras, mas os reflexos da vida presentes nos textos. Esses

reflexos estão presentes nas vozes que analisamos. O *designer* e/ou o autor de qualquer texto é a pessoa que constrói essa enunciação e coloca vozes e vidas nesses pedaços de mundo. Seu papel está no enunciado, mas não podemos pensar de forma mecânica. As vozes não estão no autor apenas, elas estão no jogo de criar enunciados, vem e vão de encontro com o contexto, com a temporalidade presente, com suas intenções, com as intenções do outro, etc. O máximo que podemos pensar de um autor/criador é o de que ele pode e deve tentar alargar as relação entre ele, o outro e o enunciado, trazendo mais e mais vozes para relação.

A compreensão estreita do dialogismo como discussão, polêmica, paródia, Estas são as formas evidentes porém grosseiras de dialogismo. A confiança na palavra do outro, a aceitação reverente (a palavra autoritária) o aprendizado, às buscas e a obrigação do sentido abissal, a concordância, suas eternas fronteiras e matrizes (mais não limitações lógicas nem ressalva meramente objetais), a sobreposição de sentido sobre sentido, de voz sobre voz, intensificação pela fusão (não identificação), combinação de muitas vozes (um corredor de vozes), a compreensão que completa, a saída para além dos limites do compreensível, etc. essas relações específicas não podem ser reduzidas nem relações meramente lógicas nem objetais. Aqui encontram-se posições *integrals*, pessoas *integrals* (o indivíduo não exige uma revelação intensiva, ele pode manifestar-se em um som único, em uma palavra única) precisamente as vozes (BAKHTIN, 2003, p. 327).

Devemos inclusive destacar que, no mundo moderno, o papel do *design* se constrói cada vez mais de maneira interdisciplinar, tendo que passar por diversos campos e ser entendido por diversas esferas. Para nosso trabalho, entremos pela perspectiva da linguagem para conseguir analisar alguns efeitos que esse trabalho tem dentro das revistas e no *design* gráfico e textual delas. Essa ideia do *design* como porta de entrada para a tradução pode e deve ser levada, futuramente, para outros campos.

Como pode-se perceber no decorrer do presente texto, os conceitos apontados se entrecruzam em um campo inter, multi e transdisciplinar. É papel do designer pensar projetos sustentáveis, acessíveis, eficazes, eficientes e simples para facilitar as conexões com esses sistemas computacionais e promover interfaces com maior usabilidade e acessibilidade e melhor experiência de usuário, em meio ao excesso informacional (GASPARETTO et al., 2016, p. 114).

A aproximação entre a perspectiva do *design* e a teoria bakhtiniana já foi trabalhada no artigo *Introdução a Bakhtin para uma possível criação coletiva-individual em design* (BECCARI; SMYTHE, 2011)¹⁰. Nele, vemos conceitos como *exotopia*, *excedente de visão*, *polifonia*, *autor/autoria*, *arquitetônica*, *forma*, *unidade de sentido*, *autor-criador* e *multiplicidade de vozes* trabalhados com o olhar do design.

Atentemo-nos aos conceitos de *polifonia* e *multiplicidade de vozes*, conceitos tais que viemos abordando até o momento. Entenderemos, por uma redução simplista, que *Polifonia*, *Heteroglossia* e *Multiplicidade de vozes* seriam variações do mesmo conceito – os reflexos e refrações que constroem a teia ideológica da palavra nos embates do discurso. Bakhtin (2008) no livro *problemas na poética de Dostoiévski*, nos mostra que os personagens de Dostoiévski têm em seus diálogos, inclusive nos diálogos internos, a construção por diversas vozes, fazendo assim com que o processo de compreensão e de embates ideológicos dos personagens sejam ricos e até então, únicos no gênero romance.

Esse princípio de combinação de vozes é mantido em toda a obra posterior de Dostoiévski, porém em forma complexificada e aprofundada. É a ele que o romancista deve a excepcional expressividade dos seus diálogos. Dostoiévski sempre introduz dois heróis da maneira que cada um deles esteja intimamente ligado à voz interior do outro, embora ele nunca mais venha a ser personificação direta dela (à exceção do diabo de Ivan Karamazov). Por isso, no diálogo entre eles as réplicas de um atingem e chegam inclusive a coincidir parcialmente com as réplicas do diálogo interior do outro. A ligação profunda essencial ou a coincidência parcial entre as palavras do outro em um herói e o discurso secreto do outro herói são momentos obrigatórios em todos os diálogos importantes de Dostoiévski; os diálogos fundamentais baseiam-se diretamente nesse momento (BAKHTIN, 2008, p. 295-296).

Para Beccari e Smythe (2011), essa multiplicidade de vozes, trazidas para um personagem por seu autor/criador, seria muito parecida com a multiplicidade de vozes presentes na criação de um projeto de *design*. Temos vozes que auxiliam o autor/criador da peça para escolher o material, forma, cores, etc. Essa vozes vem de outros *designs* que já foram feitos antes, de discursos que estão presentes naquele momento na sociedade, de forças econômicas, etc. Da mesma forma, quando o

¹⁰ Trabalho publicado no 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design.

outro valoriza e usa esse objeto, ele também está envolto nessa e em diversas outras vozes que talvez nem foram imaginadas por seu criador.

Na obra “Problemas da Poética de Dostoiévski”, Bakhtin (2005) elege o escritor Fiódor Dostoiévski como o criador da modalidade “romance polifônico”. Na tentativa de representar a própria incompletude humana, Dostoiévski articula vozes ressoam no texto, desprendidas do campo de visão do autor-criador (ao contrário do que ocorre nos romances monológicos, onde os personagens compõem um mero monólogo do autor-criador); elas relacionam-se umas às outras em “condições de igualdade”. Voltando a Dostoiévski, o herói acaba obtendo mais autonomia que o próprio escritor (embora ainda seja pertencente ao autor-criador), como se o personagem construísse o seu próprio perfil, “com uma quase autoconsciência que o aproxima mais à real psicologia humana” (BAKHTIN, 2005). Em outras palavras, o herói está constantemente frente ao espelho, tornando-se inconcluso e multifacetado – “o que até então era visto como um suposto mau acabamento narrativo acabou se revelando um novo fator que permitiria um diálogo do personagem consigo mesmo, com o autor-criador e, sobretudo, com o leitor” (FARACO, 2005, p. 47). Esse fenômeno produzido por Dostoiévski foi chamado por Bakhtin de Polifonia, um recurso em potencial tanto na criação literária quanto no projeto de Design, já que ocorre a articulação de várias “vozes” em uma só obra que, por sua vez, não mais é restrita em si mesma (BECCARI; SMYTHE, 2011, p. 5).

Um olhar bakhtiniano coloca que a multiplicidade de vozes está não apenas na sua produção, mas também no outro que recebe esse texto. Ao antecipar esse outro, seus gostos e seus usos, estamos trazendo para nosso produto a consciência desse outro, assim como já explicitado na explicação dos gêneros do capítulo anterior.

Portanto, a principal contribuição de um enfoque polifônico no processo criativo de Design talvez seja na aproximação do produto com o público receptor. O produto não se mostraria como uma peça acabada, contida em si mesmo, mas em constante evolução, possibilitando e até motivando um diálogo com o próprio usuário. Mas até então isso pode parecer muito abstrato e pouco produtivo – como seria possível pensar em “vozes” independentes em um projeto de Design? (BECCARI; SMYTHE, 2011, p. 6).

Esses outros “criadores” presentes em um projeto de design e que andam junto no horizonte de antecipação, segundo Baxter (2011 p.19) estariam na rede de interesses da criação de um produto, além dos *consumidores* e dos *designers*, outros elementos que fariam parte desse contexto de criação, como os *vendedores*, os *engenheiros de produção*, os *designers* e os *empresários*. Nas revistas que estamos estudando, poderíamos elencar os produtores, os jornalistas, as empresas que pagam a publicidade e eventualmente alguma matéria – e esse fato nem chega

a ser explicitado ao público na maioria das vezes, parecendo que aquela opinião “comprada” é sincera da revista. Enfim, temos que colocar nesses horizontes as diversas forças centrífugas e centrípetas que participam como força criadora.

Ainda assim, o caminho mais próximo para um possível processo criativo “coletivo individual” talvez seja através do domínio estético, por parte do designer-criador, no que se refere à arquitetônica de seu projeto. Respondendo a questão da possibilidade de várias vozes independentes em um projeto de Design, a articulação polifônica poderia ser um recurso promissor para se aproximar do consumidor almejado, uma vez compreendido qual o sentido que o projeto como um todo deve transmitir. Se o designer for capaz de distinguir claramente a relação entre o autor-pessoa e o autor-criador que há em si mesmo, a estrutura do processo de comunicação poderia ser articulada de maneira dialógica resultando não mais em um produto acabado, contido em si mesmo, mas sim em um artefato em constante transformação. A criação “coletiva-individual” não seria então realizada somente a partir de vozes internas do designer-criador, mas principalmente a partir de vozes alheias, no intuito de não explicitar uma nítida separação entre quem cria e quem consome. Em suma, a articulação arquitetônica deixaria de ser linear e monológica, direcionando-se para o diálogo polifônico que seria provocado e mediado pelo produto de Design. O objetivo, por fim, de um possível processo criativo “coletivo-individual” seria a construção de um produto plural e aparentemente incompleto (ex. lógicas modulares e multifuncionais), e por isso, aberto a um diálogo contínuo e ávido de distintas vozes individuais ... Uma obra literária e um produto de Design não existem sem o diálogo com um receptor, diálogo este que ocorre de maneira social e individual ao mesmo tempo. Individual no sentido de um olhar ou uma voz independente, porém social já que o indivíduo não é autônomo em relação à sociedade. Observa-se, portanto, muitos indícios de um possível processo criativo “coletivo-individual”, embora a pretensão de resultados ainda não seja adequada neste momento (BECARI; SMITHIE, 2011, p. 6).

Então chegamos a mesma conclusão já trabalhada no primeiro capítulo dessa tese. Temos o discurso – seja ele no design de produto, no design gráfico e nos textos das páginas da revista, ou em qualquer outro campo de estudos do design – como um trabalho coletivo-individual de diversas forças (representados em nosso trabalho pelas vozes) que puxam e empurram (forças centrípetas e centrífugas) os sentidos tanto em sua construção, quanto em seu entendimento (e no caso dos produtos, em seus usos). Essas vozes estão inteiramente ligadas com seu material, a ideologia vigente, os indivíduos envolvidos, os contextos etc.

Por outro lado, seu arsenal conceitual permanece como um gerador de reflexões pertinentes a qualquer contexto, implicando em um constante exercício do pensamento crítico. Como vimos no início do texto, há uma “distância irreparável” no Design que acaba o afastando cada vez mais de seus objetos iniciais – como o estudo da comunicação – por conta de sua localização indeterminada e recente enquanto área do conhecimento,

somada às necessidades emergentes do mercado, conforme postula Mizanzuk, (2009). Sendo assim, acreditamos que qualquer tentativa de ampliar suas dimensões teóricas é de grande valia. Qualquer área de conhecimento não se restringe apenas à geração de novos conceitos, mas principalmente ao estudo crítico de conceitos já consolidados, modificando-os ou ampliando-os. Neste caso, a tentativa de se apresentar e discutir a teoria de Bakhtin não pretende encerrar-se neste ensaio – a proposta de uma possível criação “coletiva-individual” configura-se, na realidade, apenas como uma provocação que visa demonstrar que é possível estabelecer uma analogia inusitada e construtiva, até mesmo na área do Design (BECARI; SMITHIE, 2011, p. 6).

Esses usos, por mais que sejam pensados para um grupo de pessoas, não podem ser fixados como imutáveis. Poderíamos pensar, por exemplo, um aplicativo de celular de conversas como o *WhatsApp*. Ele, possivelmente, foi pensado primariamente como um aplicativo de conversas pelo celular que substituísse a função do SMS. Com o passar do tempo, seus usos foram ampliados para ser um aplicativo que também receberia áudios (função dos rádios, como o Nextel), ligações (função de ligar dos próprios aparelhos pelas operadoras), Webchamadas (*Skype*), enviar e receber arquivos e fotos. Ele não substituiu os outros meios, mas se tornou um adicional. Ainda poderíamos pensar em funções que possivelmente não foram pensadas, mas acontecem em seu uso, como a usada alguns pais que hoje colocam o celular em ligação de vídeo e utilizam o aplicativo como babá eletrônica. Logo os sentidos não estão em um artefato olhado pelo design assim como não estão nas palavras. Essa seria uma das pontas, um dos pedaços da construção de sentido. O uso social de ambos altera seus sentidos.

Todos os produtos são projetados para serem usados, de alguma forma, pelo homem. Examinando-se a interface homem-produto em detalhes, pode-se descobrir que ela geralmente é complexa e pouco compreendida, até mesmo no caso dos produtos mais simples. Conseqüentemente, esse aspecto do projeto de produto é uma rica fonte de inspiração para o projeto do produto. A análise da tarefa explora as interações entre o produto e seu usuário, através de observações e análises. Os resultados dessa análise são usados para gerar conceitos de novos produtos. Assim se conseguem estímulos para a geração de conceitos visando melhorar a interface usuário-produto, e criando condições para aplicação dos métodos ergonômicos e antropométricos (BAXTER, 2011, p. 236).

Mesmo a revista está aqui pressuposta como uma situação ideal onde o leitor está lendo para buscar informações. Poderíamos pensar que essa revista pode estar sendo usada para tantas outras coisas que nem caberia a nós imaginar, como, por exemplo, uma criança que está nesse momento recortando algumas fotos para

um trabalho de escola. Por isso aceitar os sentidos que propomos é apenas um dentro os infinitos caminhos possíveis dos sentidos já que não conseguiríamos controlar todas as possibilidades.

Um meio visual pode desempenhar muitos papéis ao mesmo tempo. Por exemplo, um pôster que se destina basicamente a anunciar um concerto de piano, pode acabar servindo para decorar a parede de um estúdio, superando assim, a finalidade comunicativa que motivou sua criação (DONDIS, 2007, p. 184).

Essa pesquisa ativa do meu outro, seus usos e costumes, trabalho do campo design, é o ponto que devemos ater para nossa tese. Ela faz parte do trabalho de um designer - ele se coloca em posição de escuta ativa para produzir. Quando pensamos em facilitar o conteúdo devemos focar nesse nosso outro, tentando entender o público e conhecendo as vozes que, para ele, são comuns. Assim conseguimos montar novos textos que serão entendidos, facilitando assim o acesso aos mais diversos tipos de conteúdo.

A partir dos anos 1970/1980 nasce o design de interface, estudando a IHC – Interação-Humano-Computador, com foco no usuário, para facilitar a comunicação entre homens e máquinas, o que exige uma equipe multi e interdisciplinar para que os projetos atendam tanto a parte operacional dos sistemas, quanto às expectativas, o uso e os fatores humanos. O design de interface é um processo lógico e criativo de projeto que se baseia em três pilares: o usuário, que é quem usará o produto; os meios para a realização das tarefas, que são as tecnologias e métodos utilizados; e o contexto, que atualmente implica diversas variáveis. Hoelzel (2004) define interface, como o modo que a informação é organizada e como o usuário interage com essa informação (GASPARETTO et al., 2016, p. 115).

Assim seguimos levantando que, o campo do design pode trazer contribuições significativas para a construção textos que pretendem ser a ponte entre lugares mais complexos (a ciência e a técnica) para lugares mais comuns. Devemos pontuar que, temos nesse gênero “revistas de atualidades” conteúdos que são facilmente entendidos pelo público, por já serem construídos com esse olhar que estamos percebendo.

Os impactos que o design causa em um mundo com mais de 7 bilhões de habitantes, em que o excesso de consumo beira ao caos biosférico, tem mudado essas relações de consumo. A economia compartilhada ou colaborativa tem no design de interfaces e nas experiências para a IoT ferramentas de transformação econômica e social. Já ao usuário, a

transformação está na experiência vivida, a qual vai criando novos padrões de ação, os quais espera-se que sejam mais conscientes em relação ao consumismo. A visão pode ser um pouco otimista, mas esses exemplos, entre outros, demonstram que já está acontecendo (GASPARETTO et al., 2016, p. 129).

Assim, percebemos até então que só podemos olhar a linguagem e, no caso o *design*, em uso, como fazemos quando analisamos as revistas. A *enunciação só adquire entonação expressiva no conjunto do enunciado* (BAKHTIN, 2004, p. 296). Na matéria analisada a seguir, temos a construção de um infográfico que explica sobre comidas e bebidas italianas. Um infográfico é um esquema visual que facilita a leitura de informações por conter imagens, mesclando textos mais reduzidos.

Uma infografia se constrói sobre um esquema, pois ideias essenciais acerca de um tema são privilegiadas na construção infográfica. Explica De Pablos (1999, p.104) que o termo vem do Latim *schema* e do grego *figura*: “é a representação gráfica ou simbólica de coisas imateriais” ou “a idealização de uma coisa”, utilizando somente linhas ou caracteres mais essencialmente significativos (SOUZA, 2016, p. 193-194).

De fácil e rápida leitura, o infográfico é muito utilizado pelas revistas de atualidades pois ele, além de se parecer muito com estilo proposto por elas (principalmente a *Superinteressante* e a *Saúde é Vital*), ele é muito mais amigável para o outro, aquele que lê a revista. Como podemos ver abaixo, um infográfico chama atenção e consegue produzir inúmeros sentidos com suas imagens.

sobre até que ponto teríamos uma peça artística se ela foi paga. Inclusive, vale ressaltar, que a discussão sobre o *design* ser ou não arte e a separação dicotômica entre arte/produto de consumo não será parte do nosso trabalho, assim como estamos apenas pontuando que temos então, uma “matéria paga” e não uma propaganda. Partimos da premissa de Dondis (2007, p. 11-12) de que os interesses econômicos por trás de um trabalho são apenas mais forças (e vozes) que estão por trás das diversas vozes criadoras de um discurso. Em sua explicação, a autora traz o exemplo da obra de Michelangelo, que, após intermináveis brigas com dois papas, que encomendaram seus trabalhos, o artista precisou mudar sua obra devido as pressões dos “clientes”.

A concepção contemporânea das artes visuais avançou para além da mera polaridade entre as artes "belas" e as "aplicadas", e passou a abordar questões relativas à expressão subjetiva e à função objetiva, (endendo, mais uma vez, à associação da interpretação individual com a expressão criadora como pertencente às "belas-artes", e à resposta à finalidade e ao uso como pertencente ao âmbito das "artes aplicadas". Um pintor de cavalete que trabalhe para si mesmo, sem a preocupação de vender, está basicamente exercendo uma atividade que lhe dá prazer e não o leva a preocupar-se com o mercado, sendo, assim, quase que inteiramente subjetiva. Um artesão que modela um recipiente de cerâmica pode parecer-nos também subjetivo, pois dá a sua obra a forma e o tamanho que correspondem a seu gosto pessoal. Em seu caso, porém, há uma preocupação de ordem prática: essa forma que lhe agrada poderá ser também um bom recipiente para a água? Essa modificação da utilidade impõe ao designer um certo grau de objetividade que não é tão imediatamente necessária, nem tão aparente na obra do pintor de cavalete. O aforismo do arquiteto norte-americano Sullivan, "A forma acompanha a função", encontra sua ilustração máxima no designer de aviões, que tem suas preferências limitadas pela indagação de quais formas a serem montadas, quais proporções e materiais são realmente capazes de voar. A forma do produto final depende daquilo para que ele serve. Mas no que diz respeito aos problemas mais sutis do design há muitos produtos que podem refletir as preferências subjetivas do designer e, ainda assim, funcionar perfeitamente bem. O designer não é o único a enfrentar a questão de se chegar a um meio-termo quando o que está em pauta é o gosto pessoal. É comum que um artista ou um escultor tenha de modificar uma obra pelo fato de ter recebido a encomenda de um cliente que sabe exatamente o que deseja. As intermináveis brigas de Michelangelo, por causa das encomendas que lhe foram feitas por dois papas, constituem os exemplos mais vivos e ilustrativos do problema com que se depara um artista ao ter de manter suas idéias pessoais sob controle para agradar a seus clientes. Mesmo assim, ninguém se atreveria a dizer que "O juízo final" ou o "Davi" são obras comerciais (DONDIS, 2007, p. 10-11).

Olhando novamente para a imagem, ela é construída por um mapa da Itália, separado por regiões e cada região tem acima uma imagem dos principais produtos e do seu texto. Pelo próprio estilo da revista, poderíamos ver uma matéria igual,

falando dos produtos, mas sem os dizeres da EATALY. Um leitor desatento nem notaria que a matéria se difere das demais.

O mapa e o infográfico têm uma relação já construída, inclusive por existir segundo Souza (2016, p. 194) o infomapa. Para a autora, a relação mapa e informação estão ligados em diversos níveis, podendo ajudar o entendimento a partir do momento que olhamos um mapa, lemos e entendemos uma informação.

Por seu turno, um mapa infográfico ou infomapa, de acordo com o que De Pablos (1999, p.105) ensina, é uma “representação de um fragmento geográfico com a adição de informação textual jornalística, que origina um novo elemento complementar da informação principal e que esclarece o *onde* da informação e, em certas ocasiões, facilita o melhor entendimento do *como*”⁴. Por isso um infomapa pode variar em sua função, mas objetiva, essencialmente, significar de que modo se apresenta o território desenhado: localiza fatos, especifica fenômenos e até historia diversas informações. Note-se que mecanismos descritivos, narrativos e explicativos compõem a essência desses infográficos e infomapas (SOUZA, 2013) e que tal função pode estender-se para fins de prova e argumentação (SOUZA, 2016, p. 194).

Temos exatamente um infomapa que traz em cada pedaço da Itália suas principais comidas, curiosidades e dados para confrontar. Vamos tomar como exemplo o pedaço em que, para mostrar a produção da Emilia Romagna, eles falam dos queijos que tem um pedaço considerável de sua história e produção, nessa região.



FIGURA 10: Matéria “A mesa com os italianos” – Detalhe queijo – Revista *Superinteressante*. Março de 2017, p. 08-09.

O mini título nos trás a frase queijo para todo dia, mostrando um caminho de que, na Itália, come-se queijo todo dia. No texto, eles afirmam – sem referenciar – que são 535 tipos de queijo e que 48 deles tem certificados de origem protegida – talvez para mostrar o grau de qualidade e a sofisticação de um queijo que vem dessa região, que seria de muito interesse para o “cliente” EATALY. Falam sobre o italiano consumir 24 quilos de queijo por ano, que mesmo sem explicitar deve ser uma informação sobre a média de consumo. Os principais tipos citados, possivelmente são os que são vendidos pelo *site*.

Um detalhe interessante para ser pensado é que, por muitas vezes, vemos esses produtos nos mercados, sabemos sua origem, mas não necessariamente saberíamos apontar em um mapa qual região da Itália que eles vêm. Com esse infográfico, colocado em uma matéria paga, dentro de um gênero que não necessariamente pode ser considerado um gênero de divulgação científica, temos

um ensino de geografia de um país distante, de maneira fácil e acessível, o que consiste em um ponto relevante para este estudo.

Podemos destacar então, nessa matéria, vozes que vem desde a produção de alimentos mundiais, mostrando as características de algumas regiões, como também vozes da ciência, como a geografia que acaba sendo ensinada, mesmo que indiretamente. Não poderíamos deixar de destacar as próprias vozes do mercado que trazem produtos para o texto, enquanto outros podem nem ter aparecido, pensando pura e simplesmente em explicitar o que o autor tinha de interesse.

Temos nessas revistas uma aproximação de diversas vozes e discursos para um público que não necessariamente iria ter contato com informações mais técnicas. No caso específico da geografia italiana, se fosse de interesse de qualquer um, poderia procurar na internet, fazer um curso, ir visitar. Mas por ter a revista, por ler suas páginas e ainda sobre comidas italianas, é possível, de maneira extremamente fácil, apreender um conteúdo.

Assim, temos então um ensino de uma informação facilitado por seu *design*. Seu *design* traduziu as informações de uma maneira mais simples e de melhor entendimento para o leitor. Esse caminho da construção da tradução é o próximo passo para poder entender bem esse fenômeno e poder utilizá-lo em outras esferas.

3 CONCEITOS DIALÓGICOS DE TRADUÇÃO

Estudar tradução tem suas raízes nos estudos literários e semióticos, porém nossa premissa de trabalho segue os conceitos de Petrilli e Ponzio (2016) de que *qualquer texto, já é ele mesmo uma tradução, uma interpretação*. Isso se dá ao fato de que para os autores, a partir do momento que eu estou escrevendo, estou colocando minhas vozes para entrar em jogo com as vozes do meu leitor, construindo assim, minha tradução, meu olhar de um pedaço do mundo posto em relação.

A tradução entre línguas diversas, seria apenas *um caso específico de tradução entre sistemas de signos* (PETRILLI; PONZIO, 2016, p. 135) e, para nós, não é muito diferente do trabalho de um *designer*, que consegue colocar vozes em um outro sistema sógnico. Retomando o capítulo anterior, quando um *designer* utiliza-se de diversas vozes para poder construir um atributo estético e ergonômicos em um produto de uso cotidiano – um celular que tem mais valor por ser feito de um material diferente, ter formas e cores diferentes e um sistema operacional mais fácil de se usar – ou quando ele facilita o conteúdo em uma revista de atualidades, explicando de maneira mais fácil algum tema, ele está traduzindo um material semiótico de um grupo específico de linguagem para outras.

A tradução não é decodificação. Descrever a relação entre signos interpretados e signos interpretantes em termos de decodificação significa cair na armadilha da falácia segundo a qual transitar de uma língua a outra, de uma convenção linguística a outra implica simplesmente a transferência de um mesmo significado em caixinhas, ou “veículos sógnicos”, ou “significantes” diferentes. A tradução não é a passagem do “próprio” significado do texto “original” ao texto que traduz (PETRILLI, 2013, p. 376).

Dessa forma construímos, ao longo dos dois primeiros capítulos, a principal premissa para corroborar nossa tese. Temos em todos os discursos diversas vozes formadoras e temos, no campo do *design*, bases formadoras para apoiarmos nosso trabalho de tradução dos discursos entre a técnica, a ciência e a sociedade. Dessa forma, vamos entender agora como funciona a tradução.

Talvez o principal ponto que devemos tomar como base para entendermos por que seguimos uma perspectiva discursiva e não a perspectiva da divulgação

científica para entender tradução¹², seria o importante tema “fidelidade de informação”. Para nós, assim como para Petrilli e Ponzio (2016), *compreendemos “fidelidade” em termos de criatividade e interpretação, não apenas como imitação, repetição, reprodução do mesmo, do texto original, uma cópia literal em outra língua, o texto tradutor deve estabelecer uma relação de alteridade com o objeto de tradução.*

Alteridade dialógica na construção dos textos: essa é nossa premissa para entender como a tradução ocorre entre os diversos níveis. Ela acontece, pois quando colocamos o outro no horizonte, buscamos suas vozes, seus entendimentos, estamos sendo dialógicos. *O signo ideológico deve integrar-se no domínio dos signos interiores subjetivos, deve ressoar tonalidades subjetivas para permanecer um signo vivo e evitar o estatuto honorífico de uma incompreensível relíquia de museu* (BAKHTIN, 2004, p. 65). Dessa forma, construímos uma teoria de transposição de informação dialógica, na qual entender o funcionamento dos signos e colocar o outro no horizonte do eu é o principal ponto para podermos fazer com que as informações ajudem a construir novos significados e entendimentos.

Vianna et al. (2012), por exemplo, quando fala sobre uma das aplicações do trabalho do Design Thinking no Brasil seria traduzir termos do “segurês” – linguagem técnica das empresas corretoras de seguro – para os clientes e a população em geral, colocando sempre em todos os trabalhos o outro no horizonte de suas produções.

¹² O termo tradução, em especial a tradução científica não é um termo novo. Dentro do campo de estudos em ciência, tecnologia e sociedade, em uma revisão bibliográfica nas duas últimas edições do livro *The Handbook of Science and Technology Studies* (1995 e 2008) Michel Callon, em seu artigo “Four Models for the Dynamics of Science” (in JASANOFF et al., 1995), separa os olhares científicos dentro do campo CTS em 4 modelos distintos. Para isso, ele constrói sua separação através de perguntas como: (a) em que consiste a produção científica? (b) quem são os atores e quais suas competências? (c) como se define a dinâmica implícita de desenvolvimento científico? (d) como o acordo é obtido? (e) que formas de organização social (internas e externas) são assumidas? (f) como a dinâmica do conjunto da ciência são descritas? No quarto modelo apresentado, temos um conceito interessante chamado tradução científica. A tradução cria *links* próximos da definição dos problemas extremamente técnicos com a constituição de um espaço de circulação para a produção de conhecimento. A noção das redes de traduções referem-se à composição real em que as inscrições, os dispositivos técnicos e os atores humanos (pesquisadores, técnicos, industriais, empresas, organizações e políticos) são trazidas juntas e interagem uma com as outras. Quando a rede de tradução é estabilizada, acontece a tradução invertida: os cientistas falam sobre os assuntos, não apenas traduzindo isso para dentro dos seus laboratórios, mas também para incontáveis atores externos que eles têm interesse em trazer para o contexto de suas ações. O modelo de tradução estendida substitui a ideia de ator para a ideia de atuante. Atuante refere-se a qualquer entidade que está habilitada para fazer uma ação. Essa atribuição pode produzir uma afirmação, ser um artefato técnico ou ser um humano que cria afirmações e constrói artefatos.

No Brasil, somos pioneiros na montagem de uma consultoria de negócio baseada no Design Thinking e, embora seja um trabalho jovem, conseguimos ver a aceitação das grandes empresas a essa maneira de trabalhar. Os temas variam muito, desde problemas como “traduzir o segurês” de uma seguradora, até como montar um processo de inovação dentro de uma área de TI. Passando por desenvolvimento de produtos e serviços para pacientes de doenças crônicas se cuidarem melhor, pela implementação da gerência de mudança na implantação de um ERP2, por projetar serviços inovadores para primeiros viajantes de avião, pela redefinição do significado do seguro de vida etc. (VIANA et al., 2012, p. 8).

Então vamos entender como esse processo de tradução e a própria construção dos signos funciona. Segundo Petrilli e Ponzio (2016, p. 135), *quanto maior a distância, em termos de alteridade dialógica, entre os dois textos, maior a possibilidade de criação de uma reinterpretação artística através de outro signo interpretante na cadeia semiótica potencialmente infinita*. Logo, quanto mais distante do outro for o texto, maior a capacidade do autor em criar. Talvez por isso que temas ligados a “ciência” e a “saúde” precisem de mais recursos visuais e metáforas para ser entendidos do que carros ou arquitetura, no geral. Na revista *Quatro Rodas*, por exemplo, vemos que, por mais que o público idealizado esteja familiarizado com o léxico do mercado de carros, sempre existirá a preocupação em facilitar alguns pontos. Na matéria “Tempos Modernos” temos toda a explanação de como funciona, as impressões do autor e algumas imagens ilustrativas do novo Porsche Carreira GTS 911.



FIGURA 11: Matéria “Tempos modernos” – Revista *Quatro Rodas* – Março de 2017, p. 70-75.

Os carros da marca Porsche são para um público seletivo de pessoas no mundo, principalmente no Brasil. Se olharmos o mercado brasileiro, segundo o *site* da revista *Forbes*, em 2016 tivemos um crescimento de emplacamentos. Até novembro de 2016 tinham sido emplacados 876 carros da marca, contra 648 em 2015 (ERTEL, 2017). Comparado com o mercado de veículos brasileiros no ano de 2016, segundo o *site* da revista *Autoesporte*, temos que foram emplacados 2.050.327 veículos (MIOTTO; OLIVEIRA, 2017). Sendo assim, bem menos de 1% de veículos emplacados seriam da marca. Logo, podemos levantar a hipótese de que, a maioria do público leitor da revista não é consumidor da marca. Porém, não podemos esquecer que, apesar de não serem consumidores, o público gosta de saber informações sobre carros e, de certa forma, almejar, se fosse possível, ter um carro da marca. Essa matéria também visa a construção da marca na mente da população geral e ainda serve para comparações. Se eu sei os “números” de um mercado tão seletivo, eu posso comparar os “números” do mercado no qual sou consumidor.

Sobre o carro, a matéria traz algumas informações que nos ajudam a construir como seria se o pilotássemos. Um recurso estilístico interessante da revista é o de deixar a linguagem do autor na primeira pessoa. Vamos lendo a matéria como se o autor estivesse contando para nós sobre o carro. Ele conta toda sua experiência em dirigir, suas sensações, seus problemas enfrentados. Durante a matéria ele vai trazendo dados de comparação com outras versões e versões antigas. Apesar de parecer uma conversa entre amigos que sabem bem o que estão falando, essas informações induzem ao leitor a construir sentidos pré-estabelecidos.

O sol ainda estava nascendo quando recebi as chaves de um funcionário da Porsche. Antes de iniciar o test-drive pelas ruas da Cidade do Cabo, fiquei alguns minutos observando o novo 911 GTS. Quase nada mudou no design (apenas para-choques e faróis de neblina são novos), a ponto de a própria marca rotulá-lo de “reestilização”.

Tudo está no lugar de sempre. A posição de dirigir é a mesma – e isso é ótimo. Conta-giros no centro do painel? Sim. Nada mudou na disposição dos comandos. Giro a chave (do lado esquerdo, é claro) e... opa, alguma coisa está diferente. Ou melhor, soa diferente. Derrubando a tradição, a marca resolveu adotar turbocompressores em toda a linha 911, para desgosto de inúmeros entusiastas. Diante de tanta polêmica, eu tinha uma chance rara em mãos: descobrir se a decisão foi acertada ou não.

Até então o último 911 com aspiração natural, o GTS extrai 450 cv

do motor 3.0 biturbo, que também é aproveitado nos 911 Carrera e Carrera S. Assim, a potência é o que separa os modelos Carrera (370 cv), Carrera S (420 cv) e GTS (450 cv), enquanto o numeral 4 indica a presença da tração integral. Associado ao câmbio de dupla embreagem PDK (única opção de transmissão a ser oferecida no Brasil ainda no primeiro semestre, juntamente com as carrocerias Coupé, Cabriolet e Targa), o GTS baixou o tempo de seu antecessor em quase meio segundo, levando 3,6 segundos para ir de 0 a 100 km/h no modo Sport Plus. A velocidade máxima é de 308 km/h no Carrera 4 GTS e 310 km/h no Carrera GTS, ambos com câmbio PDK. Se a escolha for pela caixa manual de sete marchas, o 911 vai até 310 km/h no Carrera 4 GTS e 312 km/h no Carrera GTS.

Diferente da maioria dos 911, que são bastante parecidos entre si, o GTS traz elementos para diferenciá-lo dos outros Carrera. Um deles é a carroce-

ria alargada em 44 mm nos para-lamas traseiros, solução emprestada do Carrera 4. As belas rodas de liga leve de 20 polegadas com cubo central também equipam o GTS, identificado pelos detalhes externos pretos. As versões com tração traseira trazem um filete negro ligando as lanternas, e as opções com tração integral trocam o adereço por uma régua iluminada.

O roteiro elaborado pela Porsche abrangia diversos tipos de vias, incluindo ruas estreitas, rodovias largas, trechos montanhosos e até uma pista de corrida. Assim que deixamos a cidade, selecionei o modo Sport e notei duas mudanças imediatas no comportamento do veículo. A primeira ocorreu no escapamento, cujo ronco vindo das saídas centrais ficou ainda mais alto. É um som progressivo nas acelerações que se torna deliciosamente rouco toda vez que o motorista alivia o pé do acelerador. A segunda alteração surge no comportamento do câmbio, executando as reduções mais

FIGURA 12: Matéria “Tempos modernos” – Detalhe do texto – Revista *Quatro Rodas*. Março de 2017, p. 72.

cedo, esticando as marchas por mais tempo e realizando as trocas em menor tempo. A brincadeira atinge outro nível no modo Sport Plus, que também ativa o controle de largada. Nos modelos com transmissão PDK, o 911 tem a função Sport Response, responsável por fazer motor e câmbio reagirem prontamente assim que solicitados por 20 segundos ininterruptos.

Não é preciso acelerar muito para sentir o poder de fogo do 911. Basta provocá-lo levemente para sentir uma força surreal pressioná-lo contra o banco. Muito direta, a direção responde prontamente aos comandos (especialmente no ajuste Sport Plus) e sobra aderência nas curvas.

Se a maioria dos esportivos demanda cautela para não infringir os limites de velocidade, o 911 GTS requer atenção triplicada para não colecionar barbeiragens, dado a perigosa combinação de distribuição de peso desigual (menos de 40% na dianteira) em um carro com motor

traseiro mais o excesso de confiança típico de motoristas empolgados. Mesmo assim, vale frisar que o GTS é um dos modelos mais equilibrados entre todos os 911. No dia a dia, a suspensão bem acertada agrada em pisos irregulares e superfícies planas.

Antes do almoço, fomos ao autódromo de Killamey, ideal para conhecer o Porsche Track Precision App. Compatível com qualquer smartphone, o aplicativo lembra os programas de telemetria usados em corridas. As análises são feitas baseadas em um banco de dados da Porsche e em informações coletadas via GPS do celular, informando números como tempos de volta, pontos de frenagem ou detalhes do traçado. Assim, o usuário pode identificar acertos e erros para melhorar sua pilotagem. São mais de 130 pistas cadastradas, e novos circuitos podem ser incluídos.

Além do aplicativo, o GTS sai de fábrica com sistema de amortecedores adaptáveis (PASM) nas versões

Cabriolet e Targa. No Coupé, a lista de itens de série é reforçada pelo controle dinâmico de chassi, que oferece molas mais firmes, barras estabilizadoras reforçadas e suspensão rebaixada em 20 mm. Nosso GTS tinha ainda eixo traseiro esterçante e revestimento interno em Alcantara, ambos opcionais.

Foi difícil achar defeitos no 911 GTS. Mesmo assim encontrei três. Achei a direção leve demais no modo Sport, diferente da calibragem firme do modo Sport Plus. Outro ponto negativo é a ergonomia: alguns comandos estão em posição muito ruim, dificultando a visualização – seria melhor também se os botões de volume ficassem nas laterais do volante, assim como os comandos de telefonia. E o último senão é o preço inacessível para a maioria dos mortais – especialmente no Brasil, onde a etiqueta do modelo vai variar de R\$ 687.000 a R\$ 783.000. Nesse caso, porém, admito que a culpa não é da Porsche. É minha mesmo. 

FIGURA 13: Matéria “Tempos modernos” – Detalhe do texto – Revista *Quatro Rodas*. Março de 2017, p. 74.

A própria chamada da revista que diz “Tempos Modernos” contrapõe o primeiro parágrafo que explica que a “reestilização” não foi visual. “Tempos Modernos” traz para o texto a voz do filme de 1936 de Charles Chaplin, que mostrava a adaptação de um trabalhador perante a inevitável dominação das máquinas nos meios de produção. A marca precisou quebrar seu “purismo” sobre motores aspirados, colocando assim turbo em seus motores – para extrair maior potência com motores menores. O mesmo que vem acontecendo no mundo todo e no mercado brasileiro, podemos ver diversos carros trocando motores 2.0 por motores menores turbo. Uma adaptação aos novos tempos em que potência e baixo consumo precisam andar juntos.

O “*design*” do carro, segundo o autor, continua o mesmo, assim como sua posição de dirigir, o painel, os comandos e o giro da chave. Mas para justificar a colocação do turbo, o autor faz uma comparação com o mesmo carro no modelo anterior. O Porsche que ele estava dirigindo abaixou meio segundo em comparação com o anterior, fazendo de 0 a 100 km por hora em 3,6 segundos. Meio segundo

pode parecer pouco para qualquer leitor desatento ou que analise apenas essa matéria, separando todo o contexto enunciativo da revista. Na mesma edição, temos na página 61, na matéria falando sobre o WR-V da Honda que seu motor 1.5, igual do Honda Fit, que faz a aceleração de 0 a 100 em 11,6 segundos. Ou, ainda, na página 54, que o New Tucson da Hyundai, inclusive comparado com seu concorrente, o Jeep Compass, faz de 0 a 100 em 8,6 segundos contra 11,6 segundos do seu concorrente.

IGUAL NA MECÂNICA Motor e câmbio são exatamente os mesmos, ou seja, quatro cilindros 1.5 flex de 116/115 tocado por uma transmissão do tipo CVT sem marchas virtuais. Com o teste vetado pela Honda, a dica é tomar como base os números de teste do Fit EX-L. Os principais: aceleração de 0 a 100 km/h em 11,2 segundos, retomada de 60 a 100 km/h em

FIGURA 14: Matéria “Cross Fit” – Detalhe do texto – Revista *Quatro Rodas*. Março de 2017, p. 61.

Na prática, o New Tucson é bem mais rápido nas acelerações e retomadas (8,8 segundos no 0 a 100 km/h contra 11,4 do Compass), mas o torque abundante do Jeep casa bem com o rápido câmbio de nove marchas no dia a dia da cidade. No consumo, vantagem para o Compass, com o bom número no ciclo rodoviário (15,1 km/l ante 13,8) e o diesel mais barato que a gasolina. O golpe de misericórdia está no sistema de tração 4x4, que só o SUV da Jeep oferece.

FIGURA 15: Matéria “Combustível alternativo” – Detalhe do texto – Revista *Quatro Rodas*. Março de 2017, p. 54.

Esses números e impressões ao dirigir poderão ser encontrados por toda a revista. Logo não é sempre necessário voltar a eles para termos uma real comparação. No todo enunciativo já temos essa relação de *comparação*.

Quando o autor volta a falar sobre sua experiência, contando sobre o percurso que a marca preparou para ele, somos novamente levados a entrar na experiência, como se estivéssemos lendo uma narrativa. Ele descreve sobre ruas estreitas, rodovias largas, montanhas e uma pista de corrida. Dá para perceber que o carro foi feito para todos os usos – tanto na cidade, em rodovias, quanto em pistas esportivas. Assim, *descrições* também fazem parte desse gênero e ajudam a traduzir.

Essas descrições não poderiam estar fechadas apenas no texto escrito. Elas também vêm com imagens que estão espalhadas por todas as matérias. Temos fotos externas dos carros, com efeitos no fundo para mostrar velocidade e movimento, imagens internas mostrando o painel, bancos, câmbio, acabamento e detalhes, mostrando a marca e as rodas. Apesar de não serem textos, elas descrevem e constroem o carro para o leitor.



FIGURA 16: Matéria “Tempos modernos” – Detalhe Imagens – Revista *Quatro Rodas*. Março de 2017, p. 74.

Outro fator importante que ocorre em todas as revistas são as construções de sentido a partir das imagens, separados dos sentidos do texto escrito. Aqui vale

separar que das quatro revistas em questão, até pelo seu estilo de diagramação já citado na introdução, as revistas *Quatro Rodas* e *Arquitetura & Construção* fazem isso de maneira mais simples, quando comparadas com as revistas *Superinteressante* e *Saúde é Vital*. Nas duas últimas, essa construção de sentidos nas imagens é mais explorada, porém não é uma característica única. Na matéria em análise, na primeira página, se olharmos para o carro e a pista, vemos um Porsche que parece estar em altíssima velocidade.



FIGURA 17: Matéria “Tempos modernos” – Detalhe capa – Revista *Quatro Rodas*. Março de 2017, p. 70-71.

Podemos elaborar algumas hipóteses para essa foto. Ou ela foi tirada com uma câmera profissional, no momento exato da passagem do carro em altíssima velocidade ou ela foi feita com o carro parado e toda esse efeito de velocidade são filtros de *softwares* especializados, como o difundido *Photoshop* da *Adobe Systems*. Possivelmente uma mistura das duas técnicas para chegar a esse resultado. De

toda forma, temos nessa imagem a construção da voz de um carro muito rápido. Temos então a construção de uma *metáfora*, no caso uma metáfora visual. Outras matérias utilizam o mesmo recurso da imagem parecer em movimento, até porque, o carro precisa se movimentar rápido para ser “um bom carro”. Podemos ver o mesmo recurso na página 32, em uma das várias fotos da matéria sobre o carro Captur, da Renault.



FIGURA 18: Matéria “O primo rico do Duster” – Detalhe – Revista *Quatro Rodas*. Março de 2017, p. 32.

Temos, como contraponto, os carros que aparecem com vozes de força e durabilidade. Na propagando sobre o Creta da Hyundai, nas páginas 6 e 7, podemos ver isso claramente, quando o carro, projetado para andar na cidade, é mostrado em uma praia. Algumas empresas gostam também de colocar seus carros em desertos, que, assim como a praia, mostra que o carro conseguiria andar na areia ou em qualquer terreno. Um apelo básico dos SUVs que tentam se vender para o público como um utilitário feito para encarar qualquer aventura.

Traduzir, então, começa a ser construído como interpretar, ou melhor dizendo, o autor/tradutor interpreta um pedaço do mundo, coloca sua vida, seus signos e leva para o embate com o outro. Quando analisamos a matéria da revista *Quatro Rodas*, não estamos procurando verdades, mas sim informações. Logo, nesse gênero vemos que a interpretação da revista em seu todo, do autor contando como foi sua experiência, das imagens, o *layout* das páginas, as propagandas – e em meio de tudo isso milhares de vozes que estão juntas no embate, tanto como forças criadoras do discurso como o outro, que lê a revista também é autor criador – vemos uma informação da esfera discursiva técnica migrada para uma esfera discursiva da sociedade. Construída com interpretações e possibilidades de interpretações, a tradução traz de forma simplificada signos, cotejados com outros signos, para poder ser entendido.

Além do sentido comum da passagem de uma língua à outra, a tradução de acordo com Welby, é justamente a possibilidade de interpretar um signo com um outro signo através do encontro de línguas e de linguagens diferentes de interpretantes diversos (PETRILLI, 2013, p. 333).

Quando na matéria vemos a comparação, descrição e criação de novos sentidos, estamos vendo o trabalho de cotejamento. Traduzir é fazer-se entender, interpretando e, para isso acontecer, é necessário cotejar, levar as palavras do autor/tradutor para o texto. Por isso ela “busca” por signos que seu leitor vai entender, mesmo que seja cotejando com outras partes da revista ou com itens comuns ao mercado que ele já conhece, para se fazer entender.

O método tradutivo favorece o recíproco esclarecimento de terminologias e conceitos e abre a possibilidade de chegar a novos resultados. A novos conhecimentos, tanto no plano da pesquisa científica quanto no plano do senso comum. Além disso, a detecção de convergências e divergências entre campos de experiência e disciplinas diversas, a aplicação de procedimentos típicos de uma disciplina a uma outra, contribui para ressaltar reciprocamente tanto a sua especificidade, quanto a sua fundamental unidade (PETRILLI, 2013, p. 334).

Conseguimos, então, bases para entender a perspectiva de Petrilli e Ponzio (2016) de que *qualquer texto, já é ele mesmo uma tradução, uma interpretação*. Quando estamos no jogo da interação verbal, estamos produzindo uma compreensão nova e única do mundo. Ela é criada por um momento social e por

nossas relações. Não existe uma enunciação se ela não estiver em uma relação social. Seja por relações simples do nosso cotidiano, seja ela construída por uma relação mais séria, ela é norteadada por essa relação.

A palavra dirige-se a um interlocutor: ela é função da pessoa desse interlocutor: variará se 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.). Não pode haver interlocutor abstrato; não teríamos linguagem comum com tal interlocutor, nem no sentido próprio nem no figurado. Se algumas vezes temos a pretensão de pensar e de exprimir-nos *urbi et orbi*, na realidade é claro que vemos “a cidade e o mundo” através do prisma do meio social concreto que nos engloba. Na maior parte dos casos, é preciso supor além disso um certo horizonte social definido e estabelecido que determina a criação ideológica do grupo social e da época a que pertencemos, um horizonte contemporâneo da nossa literatura, da nossa ciência, da nossa moral, do nosso direito (BAKHTIN, 2004, p. 112).

A interação verbal vem orientada tanto pelos fatos *que a procedem*, quanto pelos fatos a quem ela é *direcionada* (BAKHTIN, 2004, p. 113). A enunciação é construída pelo mundo e para o mundo. *Pode-se dizer que não é tanto a expressão que se adapta ao nosso mundo interior, mas o nosso mundo interior se adapta as possibilidades de nossa expressão, aos seus caminhos e orientações possíveis* (BAKHTIN, 2004, p. 118). A tradução não é diferente. Ao trazer um texto para um outro tipo de linguagem, estamos buscando caminhos e criando novos significados dentro de outras vozes, outras ideologias.

O falar vivo e concreto é possível graças a contínuas operações de tradução que realizam-se tanto do lado da produção quanto do lado da interpretação da mensagem, na passagem de uma linguagem, de um código, de um registro logístico, de um gênero de discurso a um outro etc., de um contexto comunicativo a outro. Para que se realize a comunicação-tradução é necessária a “compreensão ativa, respondente”. Isso comporta a habilidade, por parte do falante, de adaptar e reformular (traduzir) a própria linguagem função do interlocutor, de refletir, em âmbito metalinguístico, sobre a própria linguagem no esforço de especificar aquilo que pretende comunicar, mediante o apelo a interpretantes da linguagem do outro, de forma a especificar aquilo que o outro pretende nos termos de interpretante da própria linguagem. A “compreensão ativa ou respondente” diz respeito ao “tema” (Bakhtin) do enunciado e realiza-se nas relações dialógicas entre linguagem e códigos diversos que permitem as operações de reformulação, transposição e transmutação na diversidade entre interpretantes que se substituem um ao outro, mas sem nunca por isso serem indiferentemente intercambiáveis e coincidirem perfeitamente (PETRILLI, 2013, p. 349-350).

Essa relação *ativa respondente* citada é a nossa já citada *preocupação com o outro*, colocando ele no nosso *horizonte*. Quando cria-se um texto (ou se traduz informações), os signos mais complexos são interpretados e tornam-se signos mais simples, cotejando vozes que o outro, pressupostamente, entende. Os signos do eu são trazidos para encontrar com os signos do outro. Esse encontro não precisa ser mecânico ou simplista. Ele se torna uma batalha, um embate. O signo do eu é trazido e, nessa relação, ele muda o signo do outro, assim como ele mesmo se modifica. Não temos signos fechados, sentidos fechados, mas sempre uma luta de interpretações outro/eu.

Longe de construir um fenômeno compacto, unitário e monolítico, a linguagem humana, considera em relação a sua constitutiva, interior, estrutura tradutiva, resulta num processo vivo de significação, um processo que se renova constantemente e que gera diferentes idiomas, gêneros do discurso, lógicas e perspectivas graças à tendência predominante na direção da descentralização. O plurilinguismo, tanto interior quanto exterior a uma única língua deriva a possibilidade, realizada na linguagem humana, de distanciamento, dos pontos de vista do outro, de visões de mundo diferentes: ou melhor, a linguagem humana desenvolve-se justamente em função dessa própria possibilidade (PETRILLI, 2013, p. 350).

De certa forma, essas batalhas constroem e são construídas pelas linguagens em seu uso. Temos então diversas “línguas” em uso no mesmo momento. Falamos diversas línguas por uma redução simplista em pensar que a “língua” dos cientistas, a “língua” dos arquitetos, a “língua” da saúde e da medicina, assim como a “língua” técnica dos engenheiros dos carros está presente nesse gênero traduzida para a “língua” do homem comum. Não é apenas uma troca lexical. É preciso colocar os signos na relação outro/eu para que eles sejam entendidos.

Aproximamos, então, do que Bezerra (2012) chamaria de *tradução de ficção*. Ela não operaria em traduzir uma obra ao pé da letra, mas sim na construção de uma nova obra, adaptada a outra realidade, com novos sentidos e significados.

A primeira questão a ser levada em conta pelo tradutor de uma obra de ficção é a seguinte: a tradução de ficção não opera com significados, mas com sentidos, tal qual ocorre com a própria literatura como arte. A tradução é uma operação com linguagem e esta, por sua vez, “é uma representação do sentido” (MESCHONNIC, 2010, p. 57). Isto posto, afasta-se de saída um dos maiores e por vezes mais nefastos perigos para tradução de ficção: a ilusão de literalidade. A tradução como arte é produto de uma subjetividade especial, que, mesmo traduzindo obra alheia, tem a incumbência de lhe dar

vida própria na língua de chegada, isto é, de fazer do original uma obra independente numa outra língua, numa outra cultura, dando-lhe uma nova existência histórica. Trata-se da produção de uma dessemelhança do semelhante, pois, ainda que a obra seja a mesma, com o título original e o nome original de seu autor, não é uma cópia do original porque a tradução faz dela uma obra em movimento, sujeita a diferentes interpretações, convivendo em isonomia com obras escritas na língua de chegada e sendo lida à luz de outros valores culturais, de outra psicologia da recepção, assim como das tradições da literatura dessa língua outra (BEZERRA, 2012, p. 17-18).

Não podemos, de maneira nenhuma, desmerecer uma tradução por seu caráter criativo. Ela é um caminho dentro dos infinitos caminhos do sentido possíveis e vem para dar luz e vida a um texto. Quando olhamos as revistas, vemos milhares de informações recontadas, com novos sentidos. Algumas informações não estariam presentes na vida de algumas pessoas se não fossem as revistas de atualidades. *Sem dúvida a tradução pode assemelhar-se ao original. Mas a ideia da semelhança em relação ao original não deve acabar sendo um obstáculo à capacidade inventiva, à criatividade e autonomia do texto traduzido. Ao contrário deve ser a sua condição imprescindível* (PETRILLI, 2013, p. 378). Essa tradução enriquece, construindo assim novos caminhos de compreensões e novos contatos da sociedade com novos discursos.

Essa nova condição – a de obra em movimento – enriquece a obra traduzida com os valores que nela insere a interpretação do outro que a lê. É isso que dá vida própria a uma obra traduzida. Aí a individualidade criadora do tradutor é questão de primeira essência. Ele investe todas as suas potencialidades criadoras no empenho de recriar a seara de sentidos que enfeixam a obra, desprezando de saída a ilusão do “dois mais dois são quatro”, forma simplista da ilusão de literalidade (BEZERRA, 2012, p. 18).

Nesse embate das “línguas” técnicas e científicas levadas para outras esferas é onde encontramos a tradução a que nos referimos. Petrilli (2013) consegue entender a tradução pela linguagem dos signos, começando sua compreensão pelo entendimento de signo de Pierce (PETRILLI, 2013). Segue com os trabalhos de Welby (PETRILLI, 2013), mostrando que traduzir, na verdade é um *movimento entre os significados*.

Descrever a tradução em termos do desenvolvimento do processo interpretativo e conhecitivo comporta, além de tudo, a possibilidade de considerar a tradução como uma prática de simulação e, logo, de considerar a teoria da tradução como teoria da simulação. De fato, tanto no sentido

interlingual quanto no sentido endolingual ou no sentido intersemiótico, a tradução comporta a simulação de um texto redigido em um determinado sistema signico em termos de signo outro. Mas aquilo que mais nos interessa ressaltar é que a tradução e, logo, a simulação, são estruturais à prática semiótica. De fato, a interpretação de um signo requer a sua tradução-simulação por meio de um outro signo, ou seja, o interpretante. Sobre esse aspecto da tradução Welby insistiu particularmente com a sua *Significs* quando, descrevendo a tradução como movimento constitutivo do significado, identifica uma estreita relação entre o significante e traduzir (PETRILLI, 2013, p. 338).

Ela ainda aproxima a teoria de Welby (PETRILLI, 2013) com a perspectiva bakhtiniana, mostrando-nos que, a partir do momento que se tem um material semiótico, ele é aberto, pois só se constituirá na relação entre dois falantes. Assim, esse lugar de falar para alguém consiste em criar um novo texto a partir de outros textos – logo temos uma tradução.

Vimos que o papel da tradução é fundamental na própria constituição do signo, verbal e não verbal, na própria constituição do significado. A íntima conexão entre os signos em tradução emerge claramente quanto estabelecemos como condição necessária da signalidade a possibilidade “de ser ‘dito’ (verbalmente e não verbalmente) de outra forma”, ou seja, quando o signo é considerado não somente como algo que está no lugar de outra coisa, mas como aquilo do qual outra coisa pode tomar lugar. A consequência disso é uma definição de significado como a classe de materiais signicos verbais e não verbais no qual esses materiais “falam” um do outro, remetem um ao outro reciprocamente, segundo relação nas quais cada um é, de acordo com as exigências significativas, interpretante ou interpretado do outro. Esse modo de entender a tradução consiste em um ulterior ponto de encontro (ideal) entre Welby e Bakhtin; de fato, também para Bakhtin, ainda que ele não se ocupe de forma direta da questão da tradução. A semiose, enquanto baseada em um processo aberto de diversidade e transferência de signos em outros signos, enquanto consiste em uma “relação dialógica” entre signos, não pode ter lugar fora dos processos da interpretação/tradução, ou melhor, desse ponto de vista a semiose é ela mesma um processo tradutivo (PETRILLI, 2013, p. 339-340).

Como estamos trabalhando com o signo “aberto”, ele traz uma relação chamada por Bezerra (2013) de dessemelhança do semelhante, pois apesar de semelhante com a obra original, temos uma nova construção de sentidos. Não podemos pensar que a relação seria mecânica – o texto com os sentidos A na língua X vira os textos com os sentidos B na língua Y. Temos textos que se parecem com o primeiro, com o original, até por virem dele, mas cada tradutor coloca seus signos, seu pedaço de mundo para traduzir, criando assim um novo texto. Se existirem 10 traduções da mesma obra, teremos 10 novas versões.

Ao operar com a categoria de dessemelhança do semelhante, a tradução cria uma proximidade com o original, que não se exprime na transmissão da letra, mas do espírito da criação, do espírito da obra (BEZERRA, 2012, p. 18).

Petrilli e Ponzio (2016), ainda pelo caminho dos estudos do signo de Pierce, também entendem essa relação de semelhança/dessemelhante¹³. Eles nos mostram que entender como uma obra traduzida é, ao mesmo tempo, semelhante com a obra original, quanto diferente. Seu paradoxo textual é o mesmo do signo. *Se a tradução fosse completamente similar ao original seria idêntica a ele, simplesmente uma outra cópia do mesmo texto. Essa deve ser similar e não similar. É esse o paradoxo da tradução, que é o próprio paradoxo da variedade* (PETRILLI, 2013, p. 380).

O paradoxo da tradução é o paradoxo do texto e do signo. Se a questão da similaridade é central para a tradução, não é menos importante em relação ao texto, ele mesmo um signo interpretante antes de se tornar um signo interpretado de outros signos interpretantes, em processos indeterminados de leitura e tradução. A relação entre o texto e aquilo a que ele se refere também se apresenta em termos de similaridade. Isto é particularmente óbvio no caso de textos literários. De fato, é óbvio também em textos artísticos em geral que são caracterizados pela relação de similaridade entre signos, em termos 'pictóricos' ou figurativos, e não mera imitação, representação, identificação ou unificação, ou seja, não como uma mera cópia em outra linguagem (PETRILLI; PONZIO, 2016, p. 137-138).

Textos novos, novos sentidos, assim como observamos nas construções das revistas analisadas. Se procurássemos por seus discursos fundantes e fizéssemos relações de A para B, isto quer dizer, quais os sentidos operavam no texto original e quais os sentidos operam nas revistas, teríamos apenas um trabalho comparativo. Estamos aqui tentando entender como a tradução criou novos sentidos e como eles estão relacionados com essas vozes. Assim, voltamos a nosso exemplo do lago dado na introdução desta tese. Não se pode querer que todos saibam 100% sobre o lago até porque, por mais que se tente, cada um construirá seu lago de maneira diferente. Vamos imaginar que se leve alguém para esse lago em um dia de sol, outro em um dia de chuva, outro no inverno, outro no verão, etc. Cada experiência será diferente. Cada um terá um lago diferente (sem contar as experiências de aprofundamento, como citado na introdução). Assim todos que tentaram "ler" o lago, construíram sentidos diferentes. Se preocupar com "a melhor tradução", que leve

¹³ No caso, trazendo os termos similaridade e diferença na tradução que, segundo nota do próprio livro, vem de uma conferência internacional organizada em Nova York, em 2001 – Nota na página 137 do livro.

esse outro a experiência total do lago, é desconsiderar que esse outro também é responsável por construir seu lago, ou, em nosso caso, seu texto.

O conceito bakhtiniano de “compreensão responsiva” não somente esclarece que traduzir é interpretar, mas também que se trata de um procedimento dialógico no qual a compreensão é também tomada de posição, resposta, responsabilidade. A dialógica bakhtiniana assume uma grande importância na teoria e na prática da tradução. Ela coloca em discussão a interpretação de literal do traduzir no sentido de transferir, transportar, deslocar o texto de uma língua para outra língua concebendo as línguas como sistemas fechados, como prisões e, logo, a tradução como transferência de uma prisão a outra. Traduzir é, ao invés, recriar, dar nova vida ao texto, contribuir para a libertação da língua na qual é expresso, do “tempo pequeno” da sua contemporaneidade (PETRILLI, 2013, p. 343-344).

Inclusive podemos pensar sobre esse tema de “melhor tradução”. Uma boa tradução, segundo Petrilli (2013, p. 376) é aquela que *estabelece uma compreensão responsiva com o original*. Estabelecer uma compreensão responsiva é dar subsídios para que o outro possa criar seus sentidos. Uma “boa tradução” não opera na estância do que foi dito e do que foi entendido – até porque, como estamos vendo, isso depende de diversos outros fatores – mas opera na estância das relações que foi possível estabelecer. Quanto mais signos, mais relações. Quando mais se ler, explicar, traduzir, desenhar, construir infográficos, colocar fotos – mais relações serão provocadas entre um texto original e sua tradução. Talvez por esse fato, livros que são “resumos” de outras obras, muitas vezes ilustrados e imbricados de uma perspectiva de um leitor/autor são, ao mesmo tempo, tão usados e tão criticados.

Para que se possa qualificar como boa uma tradução de literatura, o leitor de uma obra traduzida não deve perceber que está lendo tradução (BEZERRA, 2012, p. 21).

Assim, quando mais do tradutor se tem na obra e mais responsivo for seu papel, mais o texto se distancia do original e mais dialogicidade existe. Desloca-se os sentidos originais para novos sentidos, criando, assim, uma impressão nova sobre o texto, se o outro conseguir “trocar” (melhor seria dizer entrar em embate) seus signos com os signos daquele que diz eu, melhor será sua imersão sobre determinada informação. Focar nos sentidos construídos seria uma falácia, pois eles independem só do eu ou do outro – são construídos nas relações.

Ao iniciar a tradução de uma obra, o tradutor tem de estar consciente de que não se traduz língua, mas aquilo que uma individualidade criadora – o autor – faz dela, isto é, traduz-se linguagem, ou melhor, linguagens, à medida que cada falante é uma nesga do universo sociocultural e sua linguagem marca sua pertença a certo segmento social e exprime seu grau de escolaridade, seu nível cultural e até sua saúde mental ou falta dela (BEZERRA, 2012, p. 19).

Uma tradução sem a vida, sem os signos do autor e do seu outro, sem essa construção ativa, seria uma tradução que não funcionaria. Temos como exemplo as traduções feitas inteiramente por computadores. Apesar de se aperfeiçoarem nos últimos anos, ainda não se consegue fazer, com 100% de certeza, uma tradução pelo *Google Translate*, por exemplo. Para conseguirmos, hoje, um grau bom dessa tradução, tivemos anos de desenvolvimento e um tipo de “inteligência artificial” que vai aprendendo com seus próprios erros e as correções de humanos – que quando a fazem, estão colocando sua própria vida no texto. Se o exemplo de uma tradução no *Google* de Português/Inglês já resulta em um texto bem construído, vale a experiência de traduzir de uma língua muito diferente e que poucas pessoas utilizam. Possivelmente nem as construções sintáticas de diferença entre línguas será 100% respeitada.

Dessa forma, a vida do autor/tradutor, ou melhor dizendo, seus signos, vão de encontro aos signos do outro, construindo assim um novo texto, sem esse papel ativo responsivo teríamos apenas uma tradução morta e que não atingiria nenhum propósito

Todavia, aprender não significa copiar. Ele tem de ser criativo, pois as expressões idiomáticas são contextualizadas e o que serve em uma situação concreta de linguagem pode não servir em outra, assim como procedimentos tradutórios que servem para um autor podem não servir para outro (BEZERRA, 2012, p. 21-22).

Inclusive, a temporalidade desse autor/tradutor deve ser pensada na criação dos textos. Como toda sociedade humana está em constante modificação – e seus signos mudam tão rapidamente – uma tradução feita hoje pode perder seu caráter outro/eu por simplesmente perder sua relação com o contexto contemporâneo direto. Assim, novas traduções – ou novas versões se fazem necessárias. Quando temos uma nova informação da ciência ou da técnica, novos sentidos precisam ser construídos.

Se olharmos novamente para a revista *Quatro Rodas*, temos que os pressupostos colocados na matéria “Tempos Modernos” só serão modernos nesse tempo. Outras coisas acontecem no mercado automobilístico em uma fração de tempo que, possivelmente, descontroem a noção de modernidade daquela relação objeto/tempo (que citamos sobre a colocação do turbo no motor). Daqui há um ano, por exemplo, essa tendência pode se tornar obsoleta e novos “Tempos Modernos” virão.

A peculiaridade essencial de uma obra de arte literária é sua transcendência no espaço e no tempo, mas, para que isso aconteça, é necessária a intervenção competente da individualidade criadora do tradutor. É ela que faz com que a obra transcenda seu espaço, seu tempo e seu sistema literário, ganhe independência e vida própria como obra em outro sistema literário. Nessa troca solidária, a obra deixa de ser produto de um sistema nacional para ganhar o espaço infinito do sistema literário universal. Graças ao tradutor (BEZERRA, 2012, p. 25).

A construção da tradução, assim como a construção dos signos, sobressai os limites de uma relação mecânica em que eu traduzo o mais fielmente possível e meu outro entende, facilmente o que foi dito. Essa situação ideal não ocorre. Ocorre o jogo de diversos signos, imbricados de diversas vozes que se puxam, pelas já citadas forças centrípetas e centrífugas, para assim construir um discurso novo.

Como vimos precedentemente, tanto Bakhtin quanto Welby acreditam que o falante deva desenvolver uma consciência linguística através do enriquecimento e do crescimento da capacidade expressiva por meio de contínuos processos de “tradução” no deslocamento de um signo ao outro, necessário para a tomada de consciência signica e linguística e para o aprofundamento das próprias experiências e conhecimentos. Quanto mais alto é o grau de dialogicidade e de alteridade, na relação entre o signo traduzido, ou seja, o “interpretado”, e o signo que traduz, ou seja, o “interpretante”, tanto mais processos são inovadores e criativos. Também Bahktin ressalta a importância de olhar um sistema signico com os olhos de outro sistema signico – e a referência aqui é também para a relação de signos verbais e signos não verbais como no caso, por exemplo, da transposição dos signos não verbais do carnaval na literatura chamada justamente de “carnavalizada” – do olhar para determinada língua com os olhos de uma outra, de considerar o gênero literário, ou mais no geral um gênero de discurso, em referência a um outro: passagens essas construídas mediante contínuos processos tradutivos e interpretativos (PETRILLI, 2013, p. 340).

Devemos voltar, ainda, ao pressuposto que, quanto mais “distantes” os temas são do cotidiano das pessoas, maior a possibilidade de *criação/tradução*

(PETRILLI; PONZIO, 2016, p. 135). Quando analisamos as quatro revistas vemos que a revista *Quatro Rodas* e a revista *Arquitetura & Construção* traduzem de forma mais subliminar, enquanto a revista *Superinteressante* e a *Saúde é Vital* utilizam-se mais de metáforas visuais, desenhos, infográficos. Isso acontece pois, quanto mais longe estamos do texto original, maior a liberdade do tradutor/criador em procurar signos correspondentes para criar seu novo texto. Vamos perceber nas próximas análises como as revistas com temas “científicos” e de “saúde” estão utilizando melhor os recursos visuais. *Isto é o que torna a metáfora, pelo contraste com o conceito, um lugar privilegiado e uma fonte incansável para a geração e renovação de sentidos* (PETRILLI; PONZIO, 2016, p. 144).

A tradução é o encontro de línguas, linguagem, signos verbais e não verbais, encontro de ideologias e visões de mundo. Nesse sentido a prática do traduzir coloca em cena uma festa para a qual são chamadas a participar signos e linguagens próximos e distantes, contextos e culturas próximos e remotos, sem barreiras entre a tradução interlingual, endolingual e intersemiótica. A tradução é, em relação ao texto, a leitura que mais pode ser dialógica, respondente, amorosa, participante e contribuir para a desestabilização de tudo aquilo que representa uma espécie de tumulação, colaborando assim com a sua possibilidade de ressurreição e de vida em uma grande temporalidade. O trabalho de estudiosos traz à luz os níveis mais complexos do interpretar, do exprimir e do comunicar no qual fica claro que não se trata, no traduzir, da mera transmissão de informações e troca de mensagens. Cada um desses estudiosos chama a nossa atenção para a importância, no significar, da representação icônica, da lógica da alteridade e, logo, de uma relação entre signos que vai bem além de qualquer restrição sistêmica. No plano da semiótica, como teoria geral dos signos, tal orientação contribui para evidenciar a natureza efetivamente dialética, ou seja, ao mesmo tempo dialógica, dos processos interpretativos-tradutivos, constituídos da própria semiose. Tais processos, na linguagem verbal, desenvolvem-se na relação entre a tendência das línguas à “unidade” e à “disparidade”, para usar Welby, na relação entre as “forças centrípetas” e as “forças centrífugas” da vida linguística, como diz Bakhtin (1981: 272); logo, entre centralização e descentralização, entre monolinguismo e plurilinguismo, em última instância entre lógica de fechamento identitária e lógica de abertura ao outro. No contexto de tais processos dialético-dialogicos, o conhecimento e a verdade, não somente aquela cognitiva, mas também aquela que diz respeito a comportamentos, relações interpessoais, sentimentos (em russo existem duas palavras específicas para esses dois significados de “verdade” que Bakhtin, em *Para uma filosofia do ato responsável*, usa: respectivamente, *pravda* e *istinnost'*; em português poderíamos dizer verdade e veracidade) não são nunca definitivas e são, então, sujeitas ao perguntar e ao perguntar-se, a deferimento-traduições, ligadas ao renovar-se contínuo das exigências e das práticas comunicativas e sempre, de qualquer forma e em última análise, com o viver cotidiano (PETRILLI, 2013, p. 344-345).

Devemos então separar alguns conceitos da tradução que serão interessantes para nossas análises:

1. A tradução opera pelas *comparações*, *metáforas* e *descrições* que vão trazendo para os embates do texto original, tanto o mundo sógnico do eu, quanto o mundo sógnico do *outro*;
2. A semelhança e diferença que esses sentidos constroem, quando comparados com os sentidos originais;
3. Como eles estão interligados, além das palavras, com o uso de fotos, imagens e ilustrações.

O texto que traduz, o interpretante, e o chamado “original”, o interpretado, não são ligados entre eles, segundo a lógica da dedução: um determinado texto original não está ligado a uma tradução determinada em base a termos e condições preestabelecidas e predispostas de uma vez por todas. De um determinado texto “original” não segue inevitavelmente uma determinada tradução. Em outras palavras, o texto que traduz não se relaciona ao texto objeto de tradução segundo a lógica da necessidade, da causa e efeito. O fato que um texto seja uma tradução não exclui absolutamente a sua autonomia, a sua possibilidade de valer por si mesmo (PETRILLI, 2013, p. 376).

Essas relações vão criando a própria identidade do texto. Assim como uma pessoa, ou como o discurso de uma pessoa (que, como sabemos, é formado por diversos discursos outros (BAKHTIN, 2004), esse texto é construído por diversas vozes e para as diversas vozes de alguém, ou seja, o encontro de palavras. Dessa forma ele tem vida, ele tem um contexto social, ele tem um uso – ele está imbricado por toda a materialidade semiótica de seu tempo e do tempo de seu leitor, assim como um filho que se parece com um dos pais, o texto traduzido é parecido, mas diferente de seu “progenitor”. Ele tem um tom parecido, mas um tom próprio. Nenhum filho é igual ao outro, assim como nenhuma tradução é igual a outra e, por mais parecidos, temos pessoas diferentes de seus pais e seus irmãos.

A constituição do texto não é diferente da constituição da identidade, tanto como individual quanto coletiva, a qual realiza-se também como processo semiótico, e realiza-se na relação de alteridade, quanto menos da identidade coletiva. A identidade do eu, tanto individual quanto coletiva constitui-se em um jogo de diferenças, não diversamente da vida de um texto, entendido tanto no sentido verbal, mas também não verbal, acima de tudo quando se trata de um texto que sabe viver na “grande temporalidade” (Bakhtin), na referência entre signos como no caso do texto literário (PETRILLI, 2013, p. 378).

Vejamos, então, como essas traduções operam dentro das revistas e como o grau de criatividade do autor varia quanto mais distantes estão do contexto do interlocutor – o outro de nosso texto. Vamos comparar dois enunciados diferentes, um presente na revista *Arquitetura & Construção* – mais precisamente uma propaganda veiculada na página 5 – e o outro na revista *Saúde é Vital* – A matéria “Comida bem viva” da página 36. Ambas trazem, como tema, questões que de certa forma parecem estar próximas do cotidiano das pessoas.

TELHADOS APARENTES. SEU LAR LIVRE DE CALOR E UMIDADE!

Baixa absorção d'água e alta impermeabilidade
 Baixo peso por m² e alta resistência
 Resiste à gretagem e evita o envelhecimento precoce
 Resiste à maresia, salinidade, granizo e congelamento
 Melhor assistência técnica
 Produto sustentável
 Fácil limpeza
 Conforto térmico
 Beleza arquitetônica
 Resistência ao fogo
 Variação dimensional mínima com facilidade no encaixe e instalação

25 Anos GARANTIA

Encontre um representante perto de você!


www.realtelhas.com/localizador
 Matr.: (19) 3436-3985 o (19) 9 9939-2016
 /realtelhas @realtelhas RealTelhasEsmaltadas


REAL
 TELHAS ESMALTADAS

FIGURA 20: Propaganda Telhas Real – Revista *Arquitetura & Construção*. Março de 2017, p. 05.



FIGURA 21: Matéria “Comida bem viva” – Revista *Saúde é Vital*. Março de 2017, p. 36-39.

A primeira é uma propaganda de telhas de cerâmica para cobrir residências e a segunda traz alimentos que contém micro-organismos vivos em sua composição. Essa premissa de proximidade é quebrada pelos enunciados da revista no segundo caso, pois apesar de que comidas “vivas”, como queijos e iogurtes, estarem presentes na nossa alimentação, a própria revista mostra uma certa relutância que a maioria das pessoas tem em comer esses alimentos, explicitado pelo enunciado do início da matéria, em seu *lead* que diz: “À primeira vista, os alimentos cheios de micro-organismos que protagonizam estas páginas podem até causar rejeição”. Ele segue, ainda no *lead*, afirmando que “isso não é um problema para os seus fãs cada vez mais numerosos. Se cultivadas direito, essas receitas podem durar anos e beneficiar a saúde”. Temos, então, a voz de que possivelmente inúmeras pessoas consomem esse produto - tentando convencer o leitor de que, se muitas pessoas consomem e acreditam em seus benefícios, essas comidas devem realmente fazer bem. Por último, temos uma informação categórica para esse gênero se validar – a voz da ciência (ou da técnica, no caso das outras revistas), como se ela validasse

qualquer discurso: “Veja o que a ciência já sabe sobre as propriedades de kombucha, kefir e companhia”.

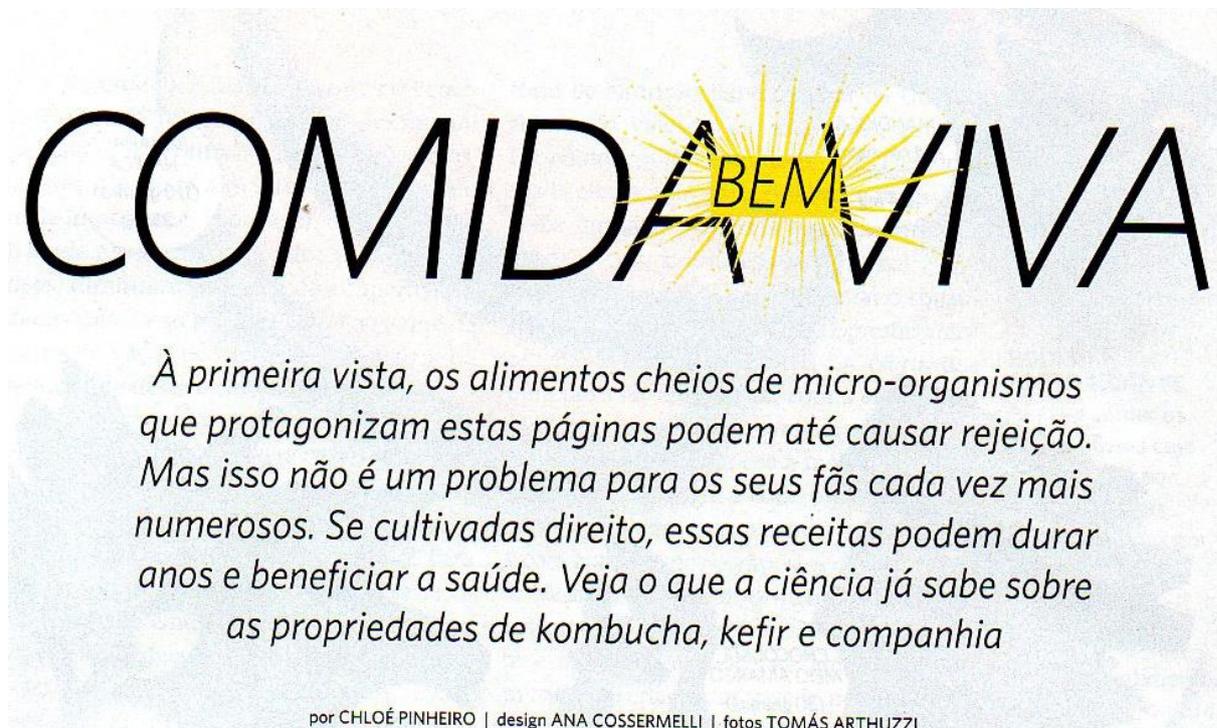


FIGURA 22: Matéria “Comida bem viva” – Detalhe *lead* – Revista *Saúde é Vital*. Março de 2017, p. 36.

No próprio título da matéria, já podemos ver que o adjetivo “bem” está colocado de uma forma que ele pode ser destacado, enquanto some em uma primeira visão. Ao olharmos a fonte das palavras “comida” e “viva”, por seguirem o mesmo padrão, nosso olhar vai ler primeiramente o enunciado “comida viva”, que já serviria para entendermos sobre o que a matéria está falando. Enfatizando-o com a palavra “bem” temos que as comidas não são apenas formadas por seres vivos passivos, mas por seres vivos ativos que, possivelmente, vão influenciar em nossa saúde quando olhamos para o todo enunciativo.

Em contraponto apenas desse começo da matéria, temos na propaganda muito menos informações, ou melhor dizendo, um número menor de palavras, mas muito mais enunciados. Isso se dá pelo fato do gênero propaganda, assim como explicitamos durante todo esse trabalho, ser de rápida leitura. Como quando citamos a metáfora do lago, ele leva a conhecer o lago superficialmente. Então, vemos em

apenas uma frase, um conteúdo que, se fosse abordado em outro gênero, como uma matéria, seria um parágrafo, um item ou até mesmo uma matéria inteira.



FIGURA 23: Propaganda Telhas Real – Detalhe superior – Revista *Arquitetura & Construção*. Março de 2017, p. 05.

Na parte superior, além do título, temos 11 enunciados que mostram todos os benefícios do produto. O próprio título se forma pela junção de 3 temas – as telhas serem para telhados aparentes, livrarem a residência do calor (controle de temperatura) e, também, da umidade. Esses 3 benefícios do produto presentes no título são reforçados nos enunciados abaixo.

Apesar de podermos perceber que, ao contrário da matéria da revista (que tem uma possibilidade de criação maior), os critérios de tradução que fomos levantando acima estão presentes em praticamente todo o enunciado. A *comparação* está implícita quando, por exemplo, vamos as frases “baixo peso por m²”, ou então “melhor assistência técnica”. Pressupomos que outras telhas devem ser mais pesadas e que a maioria dos concorrentes não tem uma boa assistência técnica. A *descrição* existe quando vemos a foto da casa mostrada de cima – o produto em uso, quando olhamos para as seis telhas na parte inferior demonstrando suas cores ou quando vemos a frase “beleza arquitetônica” que, de forma bem simples, descreve que seu projeto de residência ficará bonito. A *metáfora* está presente nos ícones, como quando olhamos a vassoura em “fácil limpeza” e o quebra-cabeça em “variação dimensional mínima com facilidade no encaixe e

instalação”. Veja que ninguém limparia um telhado apenas com uma vassoura, da mesma forma que as telhas não são peças de um quebra cabeça – até porque elas devem se encaixar perfeitamente umas nas outras, sem ter que procurar seu “lugar específico” como em um jogo. Mas veja que essa relação de buscar uma imagem, um signo que traz sentidos de limpeza e de encaixe perfeito serve muito bem como vozes metafóricas para ilustrar e trazer esses sentidos para meu texto.

A voz da “tecnologia”, assim como na outra revista que tem a voz da “ciência”, está presente também nesse texto quando vemos os enunciados que mostram a “baixa absorção da água”, “resistência a gretagem e evita o envelhecimento precoce”, “resistência a maresia” e “resistência ao fogo” todas validadas pelo “selo” no canto inferior esquerdo que traz uma informação importante: 25 anos de garantia.



FIGURA 24: Propaganda Telhas Real – Detalhe Selo – Revista *Arquitetura & Construção*. Março de 2017, p. 05.

A colocação desse selo é a voz da “tecnologia”, imbricada na voz da empresa, que garante que seu produto é, tecnologicamente, tão bom que eles podem garantir 25 anos de uso do produto sem problemas para o consumidor. Assim como a voz da ciência vem para validar os conteúdos na revista *Saúde é Vital*, aqui a voz da empresa e da durabilidade atestada por 25 anos valida todos os argumentos sobre seu produto.

Essa voz se contrapõe a qualquer outro discurso que, conhecendo ou não a “marca”, poderia pressupor falta de qualidade nos produtos. Assim, como já pudemos perceber, a escolha de certos enunciados ajuda a trazer alguns sentidos à tona e apaga outros. A voz tecnológica vem para trazer qualidade ao produto, por mais rudimentar que seja, criando qualidades que, em sua base são discursivas.

Já na revista *saúde é vital* temos esses três pontos destacados (comparação, descrição e metáforas) de forma mais elaborada. O texto inteiro está repleto deles como, por exemplo, na primeira parte que fala sobre o Kombucha.



FIGURA 25: Matéria “Comida bem viva” – Detalhe Texto – Revista *Saúde é Vital*. Março de 2017, p. 36.

Veja que no trecho “o kombucha nada mais é do que um chá fermentado com um disco gelatinoso, conhecido como scoby, onde vivem diversos fungos do tipo levedura e bactérias” temos diversas *comparações* que trazem signos que conhecemos para explicar o que é o alimento. Só conseguimos entender facilmente

pois ele foi *descrito* como um “chá” fermentado e um “disco gelatinoso”. Sabe-se o que é um chá e o que seria um disco gelatinoso, logo esse “kombucha” vai se encontrando com os signos do leitor, conseguindo assim que ele faça sentido. Logo abaixo temos o trecho “é a combinação de todos esses minúsculos seres vivos que traria um efeito proveitoso para nosso corpo”. Ele sozinho, ajuda a validar a ideia de que o alimento faz bem para a saúde, mas como já ressaltamos, a voz da ciência também está presente – com a voz da microbiologista Sheyla Rodrigues, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe. Mostrar que a pesquisadora faz parte de um instituto federal está presente no texto para criar diversos sentidos de validação.

Sua voz vem entre aspas para mostrar que não é um discurso da revista, mas sim um discurso dela. Ela diz: “Os micro-organismos ingeridos no caldo ajudam a recolonizar o intestino e a melhorar o trânsito ali. Isso é bem-vindo tanto para a eliminação de toxinas como para o controle do colesterol”. Vejamos que a microbiologista incentiva seu uso para melhorar a saúde, descrevendo exatamente o que acontece quando tomamos o caldo. Se estivesse com o discurso da revista, sem explicitar o discurso outro, não teríamos a mesma validação. O fluxo intestinal é metaforicamente chamado de “Trânsito”, criando uma metáfora para a ideia de que tudo deve fluir bem.

Logo abaixo no texto, temos uma pequena descrição da pesquisa feita com o Kombucha pela microbiologista, como devemos fazer para “criar” em casa e algumas alegações sobre as “propagandas terapêuticas”, que são vozes do cotidiano, não validadas pela ciência, mas que existem e que foram trazidas para o texto – como o fato da perda de peso e o tratamento de câncer. Apesar da revista deixar essas vozes explícitas como “não comprovadas”, elas também estão ajudando a formar os sentidos do texto – e talvez vemos alegações de que, por elementos como esses, a revista não poderia ser de divulgação científica apenas – temos ainda a voz do CDC - Controle de doenças dos Estados Unidos – e o comentário sobre o teor alcoólico da mistura.

A *metáfora* visual foi construída na outra página, com a criação de uma foto do produto: um líquido que lembra um chá, possivelmente gelado pelo uso das gotículas fora do copo com um canudo. Ele está em uma mesa de madeira com o fundo desfocado. O mais interessante é que para ilustrar a ideia de “comida viva” foi escolhido colocar um “rosto feliz” nos produtos. Ele “convida” as pessoas a tomarem

ou comerem esses alimentos, pois são amigáveis, parecem estar de bom humor e que estão aí para te fazer bem.

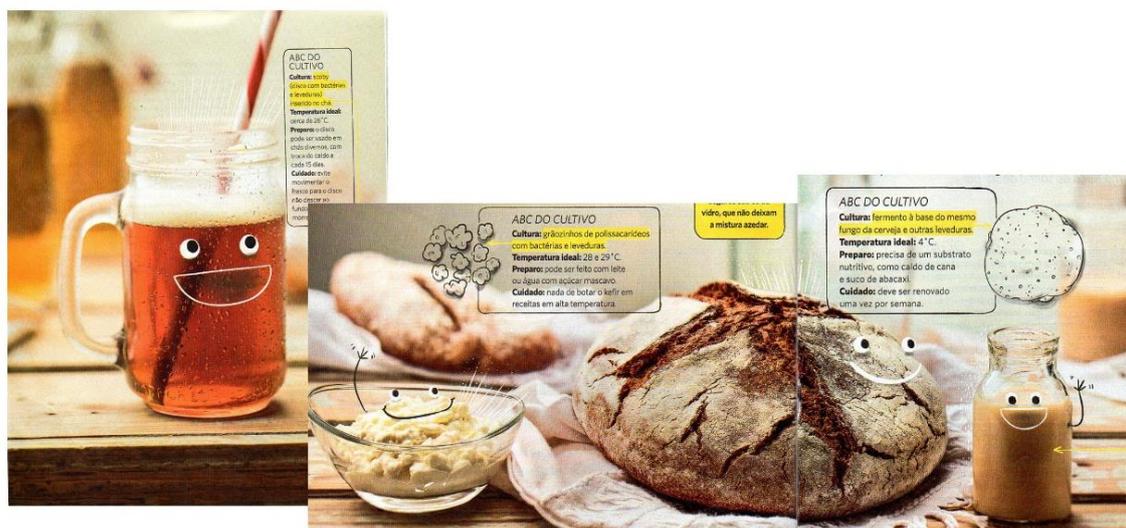


FIGURA 26: Matéria “Comida bem viva” – Detalhe Imagens – Revista *Saúde é Vital*. Março de 2017, p. 36.

O “todo” da matéria poderia ser formado apenas pelas fotos e pelo texto, mas construir essa metáfora com as carinhas é uma possibilidade de criação/tradução bem explorada. Ela traz a voz de que a “comida bem viva” faz bem e é uma amiga da saúde do leitor. Mesmo sem ler a matéria inteira, ela já é colocado com diversos sentidos, visualmente expostos. O leitor já é convidado a ler a matéria, sabendo que o produto é “amigável”.

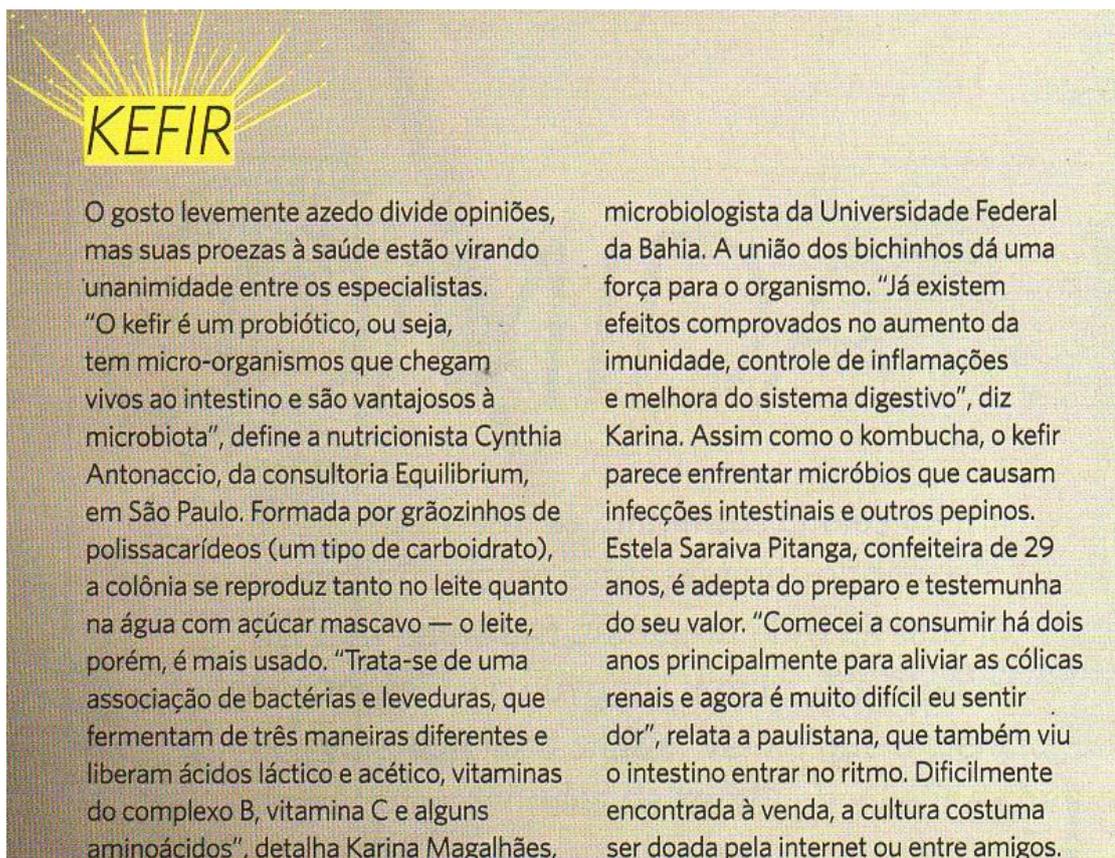


FIGURA 27: Matéria “Comida bem viva” – Detalhe texto – Revista *Saúde é Vital*. Março de 2017, p. 36.

No pedaço da matéria sobre o Kefir, temos logo na primeira frase o embate de duas vozes conflitantes: “O gosto levemente azedo divide opiniões”. Temos em uma única frase o embate de pessoas que apreciam o gosto e pessoas que o detestam. O autor não coloca sua opinião dizendo ser bom ou ruim, deixa em aberto o tema “gosto” e segue falando sobre os benefícios a saúde. Para esse gosto ser entendido, temos “levemente azedo” que *descreve* o sabor e traz para o território comum *traduzindo* como seria seu gosto.

Mas a enunciação outra, uma vez que se torna elemento construtivo da palavra do autor, passando, na sua independência, a fazer parte dele, torna-se simultaneamente também tema da palavra do autor, como parte integrante da unidade temática, justamente como enunciação outra, enquanto o seu tema autônomo passa a fazer parte dela como *tema do tema da palavra outra* (BAKHTIN, 2011, p. 70).

Os benefícios para a saúde são ressaltados pela frase: “mas suas proezas a saúde estão virando uma unanimidade entre os cientistas.” Aqui vale ressaltar que,

apesar da palavra estar no plural, temos apenas a voz de uma cientista nessa parte da matéria, a microbiologista Karina Magalhães da Universidade Federal da Bahia. Sua voz também está entre aspas e descreve o que é o alimento. Veja que a palavra “proeza”, que quer dizer uma façanha difícil de ser realizada, vem quase como um adjetivo para os benefícios que o alimento pode trazer. Proeza não seria a palavra ideal (talvez benefícios ou algum outro sinônimo), mas ela vem no texto para ressaltar os sentidos pretendidos. Outra palavra utilizada de maneira peculiar é a palavra “pepinos” presente na frase “o kefir parece enfrentar micróbios que causam infecções intestinais e outros pepinos”. Aqui o sentido da palavra está sendo explorado para ao lado dos problemas de saúde enfrentados, não para a ideia dos legumes. De todo modo vale perceber que escrever “pepinos” ao invés de “problemas” é uma escolha para deixar o texto mais amigável e menos sério.

Outro fato importante é trazer para o texto a voz de uma consumidora, Estela Saraiva Pitanga. Não vemos uma foto, nem uma caracterização além de sua idade e profissão. Não temos como comprovar se é uma pessoa real nem se diz a verdade, mas trazer a voz de alguém que consome, valida o alimento como benéfico tanto quanto a voz da cientista.

A palavra outra é considerada, pelo falante, enunciação de um *outro* sujeito, uma enunciação, na origem, totalmente independente, construtivamente completa e situada fora do contexto dado. É desta existência independente que a palavra outra é transferida para o contexto do autor, conservando, ao mesmo tempo, seu conteúdo temático e, ao menos os rudimentos de sua integridade linguística e da independência originária de sua construção. A enunciação do autor que incorpora na sua construção uma outra enunciação se vale de normas sintáticas, estilísticas e de composição para a sua assimilação parcial, ou seja, para a sua adaptação à unidade sintática, de composição e estilística e da enunciação do autor, conservando ao mesmo tempo, ainda que de forma rudimentar, a independência originária (sintática, de composição, estilística) da enunciação outra, que, caso contrário, não poderia ser entendida plenamente (BAKHTIN, 2004, p. 70).



FIGURA 28: Matéria “Comida bem viva” – Detalhe texto – Revista *Saúde é Vital*. Março de 2017, p. 36.

Continuamos agora observando o trecho do texto que fala sobre o levain, um fermento natural de origem francesa que, segundo a voz de uma nutricionista (validação), na própria matéria, “Com as outras leveduras do levain a fermentação ocorre melhor. Como resultado o pão fica mais leve e com textura agradável”. A voz da nutricionista ainda está presente no trecho “Além disso o sabor do pão é único, uma vez que o fermento artesanal contém as bactérias do ambiente onde vive”, assim aqui também vemos uma pequena “propaganda” sobre o sabor do pão. Nesse trecho, como já destacado anteriormente temos a voz dos discursos cotidianos não comprovados pela ciência e os próprios discursos já comprovados, em “ele também melhora a digestão das receitas onde é usado, mas ainda não há comprovações científicas. O que se sabe é que o levain pode aumentar a disponibilidade de minerais na farinha, como magnésio, zinco e ferro”. Essas vozes caminham juntas

por quase toda a matéria, formando o sentido que ambas teriam o mesmo peso, apesar de que as científicas, por própria definição, podem ser que tenham mais valor.

Devemos ainda destacar que, como percebemos, as vozes presentes nesses discursos ora estão de forma *linear*, ora estão de forma *pictórica* (BAKHTIN, 2004; 2011)¹⁴. A forma linear é quando conseguimos perceber uma separação entre as vozes do autor, como por exemplo, quando vemos a voz de um cientista ou consumidor entre aspas. Já na forma pictórica, por sua vez, fica mais difícil de definir seus limites, até pelo fato de que as características estilísticas do próprio autor importam essa palavra outra como se fosse sua própria. *O contexto do autor busca desfazer a estrutura compacta e fechada da palavra outra, tende à sua decomposição e a apagar seus limites* (BAKHTIN, 2011, p. 78).

Apesar de ambas estarem presentes nos textos, a forma linear do discurso indireto aparece quando o texto precisa de uma maior força de validação. Colocar esses personagens no texto, ou criar um selo, tem o efeito de separar a voz do autor para uma outra voz – quase como se o autor dissesse: “Não sou eu que estou falando, mas sim o outro”. De todo modo, não devemos esquecer que, até mesmo o discurso direto, também é formado por essas vozes outras. Esse posicionamento acontece por todas as revistas e faz parte de um estilo comum delas.

Este caso, no qual o discurso direto é preparado pelo indireto e emerge diretamente do interior deste – assim como, nas esculturas de Auguste Rodin, a figura plástica emerge apenas em parte do bloco informe – é uma das inúmeras variantes do discurso direto tratado pictoricamente (BAKHTIN, 2011, p. 97).

¹⁴ Vale destacar que o livro de 2011 é uma nova tradução, a partir do italiano, da terceira parte do livro *Marxismo e filosofia da linguagem*.



LEITE FERMENTADO

A vantagem das bebidas com probióticos (as bactérias do bem) que já são vendidas prontas no mercado é que, além de praticidade, oferecem segurança. “A fermentação natural é ótima, mas há o risco de contaminação pelo meio ambiente”, pondera o nutrólogo Dan Waitzberg, da Universidade de São Paulo (USP). Além disso, o consumo dos cultivos domésticos não é liberado para todos. “Pessoas com doenças que abalam o sistema imune, como câncer, estão sujeitas a infecções oportunistas que normalmente não afetariam outros indivíduos”, ilustra Andrea. Nos produtos industrializados, a cultura não cresce livremente. As bactérias são registradas e controladas. Até por isso a bebida deve ficar na geladeira. “Esses cuidados evitam que a multiplicação saia de controle e micro-organismos nocivos apareçam”, diz a bioquímica Susana Saad, da USP. ●

FIGURA 29: Matéria “Comida bem Viva” – Detalhe texto – Revista *Saúde é Vital*. Março de 2017, p.

Como primeiro destaque para o trecho sobre os fermentados, vemos, além das já citadas vozes da ciência e da sociedade, a voz da tecnologia – e do próprio mercado – atestando a segurança dos produtos industrializados. Durante toda a matéria, as preocupações com a segurança foram mencionadas, e como podemos perceber, um erro pode levar, ao invés de produzir um alimento com características boas, para um com características ruins. Aqui, a maior justificativa para consumir produtos industrializados é sua segurança micro-biológica.

A voz da ciência vem para validar essa afirmação, o nutrólogo da USP afirma que “a fermentação natural é ótima, mas há riscos de contaminação pelo meio ambiente”. Veja que ele não disse que “a fermentação do mercado é melhor que a natural” ou então “não faça a fermentação natural”. Sua afirmação que, em nada cita a fermentação em fábricas, está colocada no meio de todo um texto a favor do discurso do mercado, quase que solta, parecendo concordar com toda a matéria. Veja o que falamos sobre os embates discursivos. Essa frase foi usada, mesmo que de forma ideológica para tentar tendenciar os sentidos do discurso.

Não podemos afirmar que ela está presente de forma induzida para mudar os sentidos, ou então que seria muito comum apenas nesse gênero, até porque, apropriar-se do discurso alheio e transformar em discurso próprio é um processo natural do discurso (BAKHTIN, 2011, p. 70). Inclusive em ambos os textos (tanto na revista *Saúde é Vital*, quanto na revista *Arquitetura & Construção*), nenhuma informação é 100% nova, mas sim todas são uma *reinterpretação* de diversos outros discursos. Todas as informações citadas são trazidas de outras situações sociais, de outro contexto e, como observamos, no decorrer desse trabalho, traduzidas para encaixar nas forças criadoras da revista (seu estilo editorial, seu público, etc.).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não teríamos como chegar nesta parte do trabalho sem entender que, essa própria tese é uma tradução, uma interpretação. Para explicar o gênero “revista de atualidades”, a importância do olhar do *design* e a tradução entre os discursos da ciência e da técnica, fomos levados a produzir nossa própria tradução sobre o tema. Trabalhamos a ideia de lógica com um olhar sobre como os discursos transitam entre esferas técnicas, científicas e cotidianas. Não separar o texto da vida é o principal fator para conseguirmos nos fazer entender por nosso público, e para que eles se sintam motivados a entrar em contato com informações mais técnicas.

Se essa tese foi construída para pares, tivemos pares de diversas áreas (Linguística, Imagem e Som, *Design*, Turismo e Biblioteconomia). Se fazer entender em campos tão diversos foi, e sempre será, um desafio. Logo, ela foi pensada para ser, também, entendida em diversos outros campos e por leitores cotidianos.

O gênero “revista de atualidades” se constitui com um léxico mais simples, com imagens complementares, com comparação e criam, desse modo, novos sentidos. Em sua composição, tem uma característica fundamental que é sua relação intergenérica. Analisamos as notas, algumas propagandas e algumas matérias para ir testando, pouco a pouco, nossa hipótese principal e chegar aos nossos objetivos. Existem, ainda, vários recortes dessas próprias revistas que foram separados, lidos e analisados, mas que não compuseram o todo deste trabalho por, de certa forma, serem redundantes quanto ao que estávamos procurando.

Percebemos traços estilísticos que são comuns a todas, como a tradução, o uso de imagens para compor sentidos, o uso de vozes externas para ajudar a validar posicionamentos e uma relação geral com o todo enunciativo. O uso de metáforas visuais, apesar de acontecer nas quatro revistas, são diferentes, dependendo da revista. A *Quatro Rodas* e a revista *Arquitetura & Construção* são diagramadas de forma mais séria e as metáforas ficam nas próprias fotos. A revista *Superinteressante* e a *Saúde é Vital* utilizam-se de construções mais elaboradas e imagens que se constroem de forma mais divertida e brincam com os textos, ajudando a traduzir.

Devemos destacar que o gênero “revista de atualidades”, apesar de muito comum em nosso país, nunca foi separado como um gênero único. Essa separação serviu para entendermos melhor a perspectiva da tradução imbricada por um olhar discursivo e do *design* em um campo interdisciplinar. Talvez as conclusões entendidas neste trabalho sirvam apenas para esse gênero em específico. Isso não seria um problema nem uma questão a ser analisada no âmbito de nosso estudo. Pelo contrário, devemos revisitar alguns pontos e expandir essas discussões para, futuramente, verificar se essa hipótese testada funciona em outros gêneros.

Para revisitarmos os pontos trabalhados, vamos analisar a matéria “conheça seu tatatatataravô” na sessão de “supernovas” da revista *Superinteressante* na página 14. Essa sessão é dedicada às novidades da ciência e da tecnologia, trazida em forma de notas rápidas – para informar o leitor sobre os acontecimentos dessa temporalidade.



FIGURA 30: Nota “Conheça seu tatatatatatataavô” - Revista *Superinteressante*. Março de 2017, p. 14.

A matéria começa com uma metáfora visual: o *Saccorhytus coronarius*, que, segundo a revista, pode ser o primeiro ancestral conhecido de todos os vertebrados, em uma foto antiga em um pingente de porta-retratos. Essa foto na joia parece ser algo comum para guardarmos recordação de nossos ancestrais ou, pelo menos,

recorrente em diversos filmes, livros, entre outros. A joia está com a foto do nosso ancestral comum remetendo a uma lembrança antiga. A palavra tatatatatatataravô vem para, a priori, ganhar o sentido de que, por mais diferente que seja, esse animal foi nosso antepassado. Temos também a comparação com o ser humano quando ela explica o fato dele se alimentar e excretar pelo mesmo buraco e um todo descritivo, explicando que ele vivia no mar, tinha 1 milímetro, etc.



FIGURA 31: Nota “Conheça seu tatatatatatataavô” – Detalhe texto – Revista Superinteressante. Março de 2017, p. 14.

O cotejo dos textos com vozes internas e externas ganharam um novo significado quando começamos a pensar nele com a tradução. Graças ao cotejo de um signo com o outro podemos entender temas tão diversos e que fogem do cotidiano. De forma fácil, a revista consegue exemplificar que, por anos, este pode ser nosso antepassado. Nesse gênero em específico, o cotejo faz parte da construção da enunciação em um grau elevado. Pega-se uma informação de outra esfera e traz para a vida dos leitores, cotejando com vozes que ele entende, com signos de sua vida para que possa ser entendido.

O *Tema* e a *Significação* explicitados por Bakhtin (2004) para entendermos como os sentidos se constituem foram explorados nesse trabalho. As frases, observadas de forma solta nas revistas, não fariam sentido se não fossem cotejadas com outros signos, trazer palavras de outras esferas e explicá-las é uma construção do *Tema*. As enunciações só fazem sentido nas relações, em seus usos. As informações são valoradas e ganham sentido no uso da palavra na vida. Dar vida às informações de outros campos é como essas revistas se constituem.

O trabalho de um designer coloca diversas vozes de diversos tipos de linguagem para outros. O profissional já é acostumado, por sua própria metodologia de trabalho, a olhar por esse outro e colocar a vida dele, a vida desse outro, junto com suas produções. O campo do design tem subsídios suficientes para ser nossa porta de entrada, nosso olhar, para tentar entender a tradução pois, como vimos, além de colocar o outro em seu horizonte durante todo o desenvolver do trabalho, ele ainda está acostumado, mesmo que inconscientemente, a traduzir informações de um tipo de linguagem para outra e consegue adicionar mais e mais vozes em sua fonte criadora. Esse ponto de vista é importantíssimo pois, quando se “estuda” o outro, sabe-se de seus gostos e de suas referências, acaba-se, assim, conseguindo criar uma tradução com suas vozes. Entender suas vozes é o primeiro passo para um encontro de palavras mais amigável.

O design é um campo habituado a trazer vozes de diferentes lugares e traduzi-las para diferentes linguagens. O campo cria diversas pontes por diversos tipos de textos, entre diversos tipos de pessoas. Talvez seria interessante construir essa terceira cultura, na qual todas as pessoas dominassem melhor esse campo e a tradução para todas as áreas.

Veja que na nossa exemplificação, muito além das informações científicas, a revista procurou trazer para o texto elementos conhecidos em nosso cotidiano, seja o porta-retratos, seja a palavra *tatatatatataravo*; se ela tivesse apenas falado sobre o fato dele possivelmente ser o primeiro vertebrado, muitos leitores não entenderiam o porquê dessa descoberta científica ser tão importante para nosso entendimento evolutivo.

Vida no texto, a premissa básica para entendermos nosso trabalho e entendermos a tradução que trabalhamos. Dos vários tipos de tradução que percebemos existir, a tradução entre esferas discursivas torna-se chave para pensarmos gêneros que incluem a sociedade na ciência. A capacidade criadora do tradutor, assim como suas especificidades, foram abordadas e levantadas para pensarmos reflexivamente sobre o gênero. Não podemos esquecer que o tradutor é autor do texto e seu caráter criativo é fundamental para conseguirmos traduzir informações técnicas e científicas de uma forma diferente, ampliando as possibilidades de relação e, assim, incluindo mais e mais pessoas para “visitar o lago”.

Diversas forças criadoras fazem parte da criação de um texto, do trabalho de um designer ou de uma tradução. Colocar o outro em horizonte, e saber que essas forças puxam e empurram sentidos, ajuda na hora de entender como eles foram criados. Essas forças se refletem e refratam dentro dos textos, e é preciso entender quais vozes entram no jogo, tanto minhas quanto do meu outro – assim conseguimos uma compreensão profunda sobre os textos penetrando em caminhos possíveis de sentido.

A semelhança e diferença que esses sentidos constroem, quando comparados com os sentidos originais, são apenas parte comum do trabalho de tradução. Todo texto traduzido se parece com o original, ao mesmo tempo que é um texto novo, único e com características próprias. Ele tem uma identidade que valoramos, assim como uma pessoa. Gostamos, odiamos, e criamos todo sentido de valor possível pois qualquer texto nos modifica na vida.

Devemos ressaltar, novamente, que temos comparações, metáforas e descrições que ajudam nesse cotejamento, ampliando as vozes possíveis e facilitando os entendimentos. Dessa maneira os textos então interligados, além das palavras, com o uso de fotos, imagens e ilustrações, como podemos perceber na matéria acima, na revista *Superinteressante*.

O sentido não está apenas no texto, ele já vem seguindo a corrente de vozes passadas e futuras, que o ajuda a se constituir e se fazer entender. Outras conversas, outros usos e o que está presente na ideologia. A comparação, as descrições e as metáforas vão cotejando com outros textos – da própria revista ou quando ela traz a voz de outra pessoa – para conseguir fazer com que isso vire um texto novo, diferente, porém semelhante ao original.

Em resumo, entendemos que os discursos técnicos e científicos transitam, de fato, para outras esferas, e isso foi observado, em nosso estudo, nas “revistas de atualidades”. Se coletássemos apenas as frases, encontraríamos sua *significação* e perderíamos os *temas*, tendo assim apenas sentidos únicos para as mesmas frases. Se uma construção sintática repetida só ganha novos sentidos dependendo de seu contexto, cada vez que usamos as palavras será diferente, e esse é o ponto pelo qual a revista tem como chave a tradução. Não adianta em nada trazer palavras. Ela vai colocando *temas* novos para as palavras e cotejando com outros textos para que as pessoas consigam entender com suas próprias palavras, que vêm de encontro nesse processo.

REFERÊNCIAS

ADG BRASIL. **O valor do design**. São Paulo: Senac, 2003.

ARAUJO, G. C.; OLIVEIRA, A. A. Leitura de Imagens e Alfabetismo Visual: revendo alguns conceitos. **Domínios da Imagem**, Londrina, v. 10, p. 86-96, maio. 2012.

Disponível em:

<<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/dominiosdaimagem/article/viewFile/23449/17095>>. Acesso em: 06 out. 2017.

BAKHTIN, M. **O freudismo: um esboço crítico**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

_____. **Estética da criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003,

_____. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2004.

_____. **Problemas na poética de Dostoievski**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Editores, 2008.

_____. **Para uma filosofia do ato responsável**. São Carlos: Pedro & João editores, 2010.

_____. **Palavra própria e palavra outra na sintaxe da enunciação**. São Carlos: Pedro & João editores, 2011.

BEAIRD, J. **Princípios do Web Design Maravilhoso**. Rio de Janeiro: Altabooks, 2008.

BECCARI, M. N.; SMYTHE, K. C. A. S. Introdução a Bakhtin para uma possível criação coletiva-individual em design. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 9., 2011, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2011. Disponível em:

<http://www.designemartigos.com.br/wp-content/uploads/2011/02/artigo_bahktin_final.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2017.

BEZZERA, P. Tradução e criação. **Linha d'Água**, São Paulo, n. 25, p. 15-23, nov. 2012.

BOWDEN G. Coming of age in STS: some methodological musings. In: JASANOFF, S; MARKLE, G.; PETERSON, J.; PINCH, T. **The handbook of science and technology studies**. vol. 3. Massachusetts: MIT Press, 1995. p. 65-79.

BROWN, T. **Design thinking**: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

CALLON, M. Four models for the dynamics of science. In: JASANOFF, S.; MARKLE, G.; PETERSON, J.; PINCH, T. **The handbook of science and technology studies**. vol. 3. Massachusetts: MIT Press, 1995. p. 29-63.

CHERLET, J. Epistemic and technological determinism in development aid. **Science, Technology & Human Values**, Massachusetts, v. 39, p. 773-794, 2014.

CROSS, N. Designerly ways of knowing. **Design studies**, Buckinghamshire, v. 3, n. 4, p. 211, out. 1982. Disponível em: <http://www.makinggood.ac.nz/media/1255/cross_1982_designerlywaysofknowing.pdf>. Acesso em: 06 jul. 2016.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

EATALY Brasil. Disponível em: <<http://www.eataly.com.br>>. Acesso em: 25 ago. 2017.

ERTEL, L. **Colunas Ferrari dobra vendas no Brasil em 2016. Porsche e Jaguar também aceleram**. Disponível em: <<http://forbes.uol.com.br/colunas/2016/12/ferrari-dobra-vendas-no-brasil-em-2016-porsche-e-jaguar-tambem-aceleram/>>. Acesso em: 19 abr. 2017.

FERRAZ, M. G.; DEMARCHI, A. P. P. O papel da experiência no desenvolvimento de habilidades de design thinker. In: EAC UEL, 24., 2015, Londrina. **Anais...** Londrina: UEL, 2015.

GASPARETTO, D. A.; PEDROZO, D. D.; OLIVEIRA, F. O. **Design Conectado: por um mundo de experiências**. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 2, p. 112-131, out. 2016. Disponível em: <<https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/348>>. Acesso em: 19 jan. 2017.

GERALDI, J. W. Heterocientificidade nos estudos linguísticos. In: GEGE – Grupo de Estudos dos Gêneros do Discurso. **Palavras e contrapalavras: enfrentando questões da metodologia bakhtiniana**. São Carlos: Pedro & João, 2012. p. 19-39.

GOOGLE PLAY. Loja de aplicativos do Google. **Go Read - Revistas Digitais**. Disponível em: <https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.goread.android&hl=pt_BR>. Acesso em: 02 ago. 2017.

JENKIS, H. **Cultura de convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KOCH, I. G. V. Hipertexto e construção do sentido. **Alfa**, São Paulo, v. 51, n. 1, p. 23-38, jan. 2007. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/alfa/article/viewFile/1425/1126>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

KHUN, T. Reflexões sobre os meus críticos. In: LAKATOS, I.; MUSGRAVE, A. **A crítica e o desenvolvimento do conhecimento**. São Paulo: Cultrix, 1979.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, E. M. **Metodologia científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

MATTEONI, R. M. **Olhares do design sobre o livro didático de língua portuguesa**. 2010. 207 f. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes, Rio de Janeiro, 2010.

MIOTTO, R.; OLIVEIRA, L. **Vendas de veículos novos caem 20% em 2016, pelo 4º ano seguido**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/carros/noticia/2017/01/vendas-de-veiculos-novos-caem-20-em-2016-pelo-4-ano-seguido.html>>. Acesso em: 19 abr. 2017.

MUNARI, B. **Design e comunicação visual**. São Paulo: Martins Editora, 1997.

_____. **Design industrial e gráfico**. São Paulo: Martins Editora, 2011.

MUSSARELLI, F. **A narrativa transmídia como gênero do discurso: um estudo de caso do longa-metragem Capitão América 2 o soldado invernal**. Tese de doutorado – PPGCTS - UFSCar São Carlos, São Paulo, 2017 Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/9349>>. Acesso em: 20 ago. 2017.

NOCCIOLI, C. A. M.; PAES, C. C. S. Por que os homens têm peitos? A recontextualização do discurso sobre ciência na Superinteressante. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, v. 12, n. 2, p. 467-494, ago. 2012.

PEREIRA, V. G. **O desejo do design: o sentimento do desejo e o poder de despertá-lo através do design**. 2008. 46 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Publicidade e Propaganda) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.designemartigos.com.br/o-desejo-do-design/#ixzz51p6N0IH4>>. Acesso em: 20 ago. 2017.

PETRILLI, S. **Em outro lugar e de outro modo: filosofia da linguagem, crítica literária e teoria da tradução em, em torno e a partir de Bakhtin**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2013.

PETRILLI, S.; PONZIO, A. Propriedades Icônicas da Tradução. In: AGUIAR, D.; QUEIROZ, J. (Orgs.). **Tradução, transposição e adaptação intersemióticas**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2016. p. 135-198.

PONZIO, A. **A revolução Bakhtiniana: o pensamento de Bakhtin e a ideologia contemporânea**. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **Encontro de palavras: o outro no discurso**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010. 176 p.

POPPER, K. R. **A lógica da Pesquisa Científica**. São Paulo: Cultrix, 2001.

RIBEIRO, M. **Planejamento visual gráfico**. Brasília: LGE Editora, 2003.

ROGERS, Y.; SHARP, H.; PREECE, J. **Design de interação: além da interação humano-computador**. Porto Alegre: Bookman, 2013.

SIQUEIRA, H. P. **Aspectos próprios ao universo de noções e competências do design identificáveis, eventualmente, na atuação de indivíduos formados nesta área no desempenho de outras atividades profissionais**. 2012. 306 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, Departamento de Arquitetura, São Paulo, 2012.

SOUZA, J. A. C. Infográfico: modos de ver e ler ciência na mídia. **Bakhtiniana**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 190-206, ago. 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2176-45732016000200190&lng=en&nrm=iso&tlng=pt>. Acesso em: 05 set. 2017.

STAM, R. Bakhtin e a cultura midiática. In: RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I. (Orgs.). **Mikhail Bakhtin: linguagem, cultura e Mídia**. São Carlos: Pedro & João, 2010. p. 331-358.

SUDJIC, D. **A linguagem das coisas**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

VIANNA, M.; VIANNA, Y.; ADLER, I. K.; LUCENA, B.; RUSSO, B. **Design thinking: inovação em negócio**. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

VILLAS-BOAS, A. **O que é (e o que nunca foi design) Design Gráfico**. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2002.

VOLOCHINOV, Valentin. N. **A Construção da enunciação e outros ensaios**. São Carlos: Pedro & João, 2010.