

JOÃO FLÁVIO DE ALMEIDA

O DISCURSO DA OBSOLESCÊNCIA:
O VELHO, O NOVO E O CONSUMISMO

São Carlos

2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

O DISCURSO DA OBSOLESCÊNCIA:
O VELHO, O NOVO E O CONSUMISMO.

Dissertação apresentada no programa de pós-graduação em Ciências, Tecnologia e Sociedade da UFSCar, São Carlos, como parte das exigências para obtenção do título de mestre em ciências.

Orientadora: Professora Dra. Lucília Maria Abrahão Sousa.

Aluno: João Flávio de Almeida

São Carlos

2013

**Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da
Biblioteca Comunitária da UFSCar**

A447do Almeida, João Flávio de.
O discurso da obsolescência : o velho, o novo e o consumismo / João Flávio de Almeida. -- São Carlos : UFSCar, 2014.
146 f.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de São Carlos, 2013.

1. Análise do discurso. 2. Sociedade de consumo. 3. Obsolescência. 4. Pós-modernidade. 5. Pêcheux, Michel, 1938-1983. 6. Sartre, Jean-Paul, 1905-1980. I. Título.

CDD: 401.41 (20ª)



**BANCA EXAMINADORA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE
JOÃO FLÁVIO DE ALMEIDA**

Prof. Dra. Lucília Maria de Souza Romão
Orientadora e Presidente
UFSCar

Prof. Dr. Arthur Aufran Franco de Sá Neto
Membro interno
PPGCTS/UFSCar

Prof. Dra. Fernanda Correia Silveira Galli
Membro externo
UNIFRAN - Franca

Submetida a defesa pública em sessão realizada em: 11/12/2013.
Homologada na 71ª reunião ordinária da CPG do PPGCTS, realizada em
20/01/2014.

Prof. Dra. Maria Cristina Piumbato Innocentini Hayashi
Coordenadora do PPGCTS

Fomento: CAPES/DS

defesa de nº 86

Para:

Benedito A. de Almeida

Maria do Carmo Almeida

Tanyse Galon

RESUMO

ALMEIDA, J. F. O discurso da obsolescência: o velho, o novo e o consumismo, 2013. 145 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade, Universidade Federal de São Carlos, São Paulo, 2013.

Este trabalho tem por objetivo analisar os enunciados midiáticos sobre o “novo”, ou seja, analisar o discurso que envelhece precocemente objetos e saberes que ainda não estão inutilizáveis. Para tanto, tentaremos trilhar um caminho teórico passando pela questão do consumo (antes de verter-se em consumismo), tentando analisar historicamente o processo de conversão das relações duradouras (com objetos, pessoas, saberes etc.) em relações efêmeras, a partir do discurso da obsolescência. Depois de definidos e analisados os referenciais teóricos, faremos a análise de três materialidades discursivas (em ordem, o filme “A Última Gargalhada”, a campanha publicitária “Intel Ultrabook Conversível”, e o filme “O Diabo Veste Prada”) na intenção de analisar o discurso sobre o “novo” e a obsolescência.

Palavras-chave: Análise do Discurso, Cinema, Consumo, Consumismo, Modernidade Líquida, Pós-Modernidade, Novo, Novidade, Obsolescência.

ABSTRACT

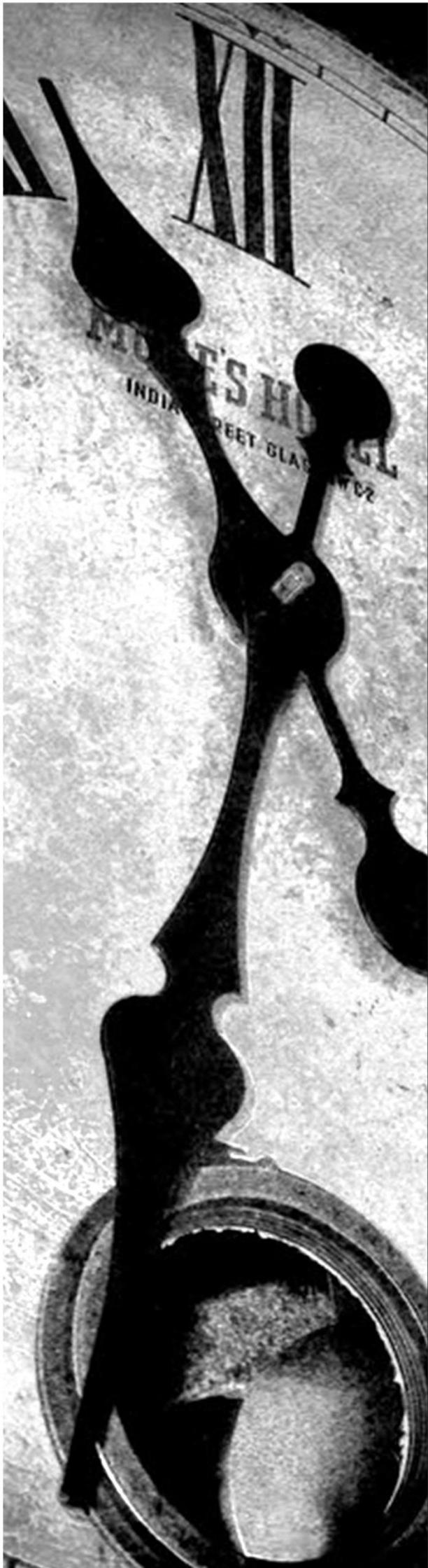
ALMEIDA, J. F. The discourse of obsolescence: the old, the new and consumerism. In 2013. 145 f. Thesis (Master) - Graduate Program in Science, Technology and Society, Federal University of São Carlos, São Paulo, 2013.

This work aims to analyze the media statements about the "new": analyzing the discourse that older objects and knowledge that are not yet unusable. To do so, we will try to tread a path through the theoretical issue of consumption (before becoming consumerism), trying to analyze historically the conversion process of enduring relationships (with objects, people, knowledge etc.) in ephemeral relationships, from discourse of obsolescence. Once defined and analyzed the theoretical framework, we will analyze three discursive materiality (in order: the movie "The Last Laugh", the advertising campaign "Intel Ultrabook Convertible", and the movie "The Devil Wears Prada") with the intention of analyzing the discourse about the "new" and obsolescence.

Keywords: Discourse Analysis, Cinema, Consumption, Consumerism, Liquid Modernity, Postmodernity, New, Novelty, Obsolescence.

SUMÁRIO

RESUMO	5
ABSTRACT	7
SUMÁRIO	8
	9
INTRODUÇÃO	10
	13
1. O “NOVO” E A OBSOLESCÊNCIA: FUNDAMENTOS PARA ANÁLISE	14
1.1. O CONSUMO ANTES DO CONSUMISMO	17
1.2. FAZ ALGUM TEMPO, TUDO O QUE ERA SÓLIDO SE DESMANCHOU NO AR	30
	48
2. ANÁLISE DE DISCURSO	49
2.1. QUADRO GERAL DA TEORIA PECHETIANA	53
2.2. O DISCURSO CINEMATOGRAFICO	67
	78
3. O DISCURSO SOBRE O “NOVO”	79
3.1. METODOLOGIA DE ANÁLISE	82
3.2. O “CORPUS” DE ANÁLISE	87
3.3. ANÁLISE: “A ÚLTIMA GARGALHADA”	93
3.4. ANÁLISE: CAMPANHA INTEL-ULTRABOOK	99
3.5. ANÁLISE: O DIABO VESTE PRADA	113
	130
4. UM OLHAR CTS: O “NÃO-NOVO” E O “NÃO-VELHO”	131
5. REFERÊNCIAS	142



INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO

Que dizer de nossos tempos, da contemporaneidade¹? De fato, algumas centenas de pontos de vista emergem de discussões de vários campos do conhecimento, e talvez esta miríade de concepções sobre a modernidade evidencie já outra singularidade inerente: produzimos novos conhecimentos ininterruptamente, novas patentes, novas teorias, novas tecnologias, novas necessidades, novas respostas. Novo tudo!

O termo “novo” assumiu lugar de destaque no imaginário coletivo, tornando-se ele mesmo uma espécie de transcendência encarnada, objetivada e materializada no mundo. No entanto, o tempo de vida de uma novidade faz-se tão efêmero que quase não se pode captá-la. Quanto tempo dura um novo saber? Não o tempo necessário para envelhecer. Morre antes disso. Morre jovem. Quanto tempo dura uma nova música, um novo filme, um novo carro, uma nova fórmula química? Quanto tempo dura a sensação de novidade de uma casa recém-construída? Quanto tempo se permanece com o mesmo automóvel? Quantos aparelhos telefônicos diferentes passam por nossas vidas? Quantas teorias “verdadeiras” não povoam o imaginário do indivíduo pós-moderno e quanto tempo permanecem conosco estes saberes e tecnologias?

Cabe a pergunta: o que se faz do velho? Não nos referimos ao obsoleto deteriorado e inutilizável, pois que muitas tecnologias e saberes seculares, quiçá milenares, ainda são perfeitamente ajustáveis aos nossos dias. Sim, falamos do velho novo e do novo velho. Ao saber natimorto. No entanto, outra pergunta se faz necessária, essa mais complexa: quais as consequências de se sair da radical estagnação a mais fluída efemeridade? E outra: como se dá e funciona esta veloz e voraz obsolescência de todo o mundo social?

Esta empreita se dará em três fases: primeiramente (capítulo 2) trataremos à tona discussões sobre a questão do consumo, que, afinal, se verte

¹ Ressaltamos que distinguimos três conceitos: contemporaneidade, modernidade e pós-modernidade. Contudo esta distinção será mais bem trabalhada no decorrer da pesquisa.

em consumismo. Passaremos pela relação do homem com seus objetos e saberes - na filosofia de Sartre (1997) - mirando a questão do consumo antes de se verter em consumismo. Logo depois, olharemos para a problemática da modernidade líquida em BAUMAN (2001), LYOTARD (1993) E BERMAN (1986) - e refletiremos sobre o modo como se tornam efêmeras as relações do homem com suas posses. E por fim, ainda nesta primeira fase da pesquisa, analisaremos as consequências práticas sobre os produtos consumidos a partir das obras de BAUDRILLARD (2008).

Num segundo instante (capítulo 3), esquadriharemos a teoria da Análise de Discurso, de Michel Pêcheux (1969, 1975), na intenção de verificarmos os mecanismos discursivos que assujeitam o indivíduo pós-moderno numa ideologia fundamentada na competitividade, efemeridade e fluidez. Como se dá o discurso a respeito do “novo” que a tudo envelhece tão precocemente? Sob o trabalho da ideologia (PÊCHEUX, 1969), torna-se natural a emergência de apenas um sentido nos filmes, documentários, textualizações midiáticas etc, marcando um impedimento de o sujeito supor que os sentidos poderiam ser outros, diversos daqueles que se estabelecem como dominantes ou já-legitimados. Assim, o discurso midiático faz circular uma suposta coincidência entre os atos de linguagem e os fatos puros, instalando o mote da transparência e da univocidade, como se não existissem outros modos de dizer, relatar, narrar fatos, fazer cinema, cobrir acontecimentos etc. Dessa forma, apagam-se os enunciados dos/sobre os equívocos, fissuras, sabotando a possibilidade de que a imprecisão, a inexatidão, os não-ditos e o silenciamento possam serem falados.

Cria-se, então, um ideário de que ao sujeito-consumidor desse discurso resta acreditar que existe uma correspondência termo a termo entre as palavras e o mundo, entre os relatos e os fatos. Visto dessa forma, está marcado um lugar supostamente constituído pela ausência de sombras, em que as palavras na mídia fidelizam os fatos, em que os relatos correspondem à verdade pura e em que um poder está permanentemente funcionando como uma credencial simbólica de verdade.

Num último momento da pesquisa (capítulo 4), buscaremos por pistas discursivas que evidenciem o discurso a respeito do “novo”, procurando analisar como funcionam os efeitos de sentidos que naturalizam a perene busca pelo “novo” e o constante desapego e repulsa pelo “velho”, assujeitando o consumidor pós-moderno como consumista. Para tanto, evidenciaremos, numa película do início do século XX, “A última gargalhada”², os efeitos de sentido sobre “novo/velho” num contexto histórico que prezava a durabilidade e a estabilidade das relações humanas. Logo depois analisaremos a campanha publicitária do notebook/tablet da Intel, o Ultrabook, buscando por marcações discursivas que vendem mais do que um produto específico: vendem um estilo de vida efêmero e sedento pelo “novo”. Finalmente analisaremos os dizeres do filme “O diabo veste Prada”³, na intenção de evidenciar os efeitos de sentido sobre a obsolescência das posições-sujeitos e dos objetos que os personagens usam para compor suas posições discursivas.

Mas vale ressaltar, também, que essa pesquisa fora realizada dentro do campo CTS (Ciência, Tecnologia e Sociedade). Assim, como capítulo final, faremos uma breve análise sobre as consequências do discurso sobre o “novo” na própria produção de saberes e de produtos tecnológicos.

² DER LETZTE MANN. Direção: F. W. Murnau. [Mudo]: Universum Film, 1924. (90 min).

³ The Devil Wears Prada. Direção: David Frankel. [legendado]: FOX Filmes, 2006. 1 DVD (109 min).



O "NOVO" E A OBSOLESCÊNCIA

1. O “NOVO” E A OBSOLESCÊNCIA: FUNDAMENTOS PARA ANÁLISE

O consumismo é assunto recorrente nas pesquisas sociais há muito tempo. Muitos e grandes pensadores passaram pelo assunto. Logo, não nos atreveríamos a tentar algo novo, mas nos deteremos em colocar em diálogo alguns conceitos que nos permitam construir um percurso teórico de análise, um lugar teórico para buscarmos pistas sobre o discurso da obsolescência neste início do século XXI.

A questão da obsolescência, obviamente, não possui relação direta e exclusiva com o consumismo. Produções científicas atuais (VASCONCELLOS-SILVA, 2010; RAMOS, 2008; CONTE, 2007; MORENO, 2009) têm associado o consumismo a vários outros conceitos, origens e consequências que vão desde questões econômicas até psicológicas e biológicas. Da mesma forma podemos associar a questão da obsolescência não somente ao “espírito” consumista, ao desejo desenfreado pela compra. O famoso documentário “Comprar, Tirar, Comprar” (DANNORITZER, 2011), mostra certo planejamento, por parte do mercado, para dar tempo de vida específico para os produtos, que, ao pararem de funcionar, acabam exigindo indiretamente a reposição do mesmo. Assim, buscando pelo discurso sobre o “novo”, não trataremos das questões de obsolescência e consumismo que, teoricamente, não precisariam da teoria analítica do discurso para funcionar, ou seja, questões de obsolescência técnica programada. Tampouco tentaremos dar explicações de ordem econômica sobre a questão do consumismo: ficaremos apenas na questão do discurso.

Sendo possível associar o consumismo a outras problemáticas, assim como há a possibilidade de associar a obsolescência a outros fatores que não somente o consumismo capitalista, então será preciso entender com clareza a forma com que o homem se relaciona com os objetos que possui, e ver funcionando o discurso (através da Análise do Discurso Francesa) que transforma esta relação. O que buscamos, portanto, é analisar o discurso sobre o “novo” e suas consequências, e para tanto nos importa mirar o

motivo pelo qual o sujeito pós-moderno abandona tão facilmente algo que ainda não está velho em busca de um novo que sempre lhe escapa. Em outras palavras, que discurso é este (e como ele funciona) que assujeita o consumidor em consumista?

Evidentemente que as respostas para esta pergunta não são simples, e nos parece que vários caminhos de análise são possíveis. Todavia, em busca de pistas sobre as condições de produção de sentido sobre o “Novo”, traçaremos uma rota conceitual que, afinal, poderia ser outra. Neste capítulo da dissertação passaremos por Sartre (1997), Bauman (2001), Lyotard (1993), Berman (1986) e Baudrillard (2008). Mas qual a justificativa por estas escolhas e não outras? Primeiramente, que fique claro que são escolhas que partem dos analistas (ORLANDI, 2005a), e não nos esqueçamos da impossibilidade que cada teoria carrega de dar conta de todo o assunto. Segundo o pilar principal desta pesquisa, a Análise do Discurso, o dispositivo analítico não é transparente, e sim opaco. E este dispositivo é tudo aquilo que o analista resgata para sua análise, mas que poderia ser resgatado de forma diferente por outro analista que trataria do mesmo assunto. Na AD, a presença do analista não é transparente e sim constituinte da análise.

Nesta pesquisa, o percurso analítico, em busca do “novo”, terá como fio condutor a questão da competição “interindividual” e de sua decorrente “liquefação social”, conforme termos apresentados por Bauman.

A excepcional liberdade do mundo do consumo em relação à tendência autodestruidora de todas as outras formas de competição foi conseguida elevando a rivalidade interindividual acima da riqueza e do poder (bens que são, por natureza, escassos, e por isso sujeitos à imparável tendência monopolista) e transformando estes em símbolos. No mundo do consumo, a posse de bens é apenas um dos riscos da competição. A luta é também por símbolos, e pelas diferenças e distinções que eles representam. Como tal, esta competição tem uma singular capacidade para propagar os seus próprios riscos mais do que para os esgotar no decurso da luta (BAUMAN, 1989, p. 94).

A questão da competição também é recorrente na pesquisa social (SALAMA, 2009; COELHO, 2006; CANIATO & RODRIGUES, 2012), e a despeito dos temas a que é relacionada, a competição se mostra, portanto, uma questão essencial para analisarmos a contemporaneidade. Este fio condutor (competição) fora eleito com base nas evidências de que, se estamos falando principalmente de obsolescência, certamente que a competição social se apresenta como grande motor propulsor de um consumismo que exige a relação do sujeito com o novo, ou seja, que descarte rapidamente o velho em busca do novo, num movimento que envelhece precocemente e exige a aquisição (consumismo) do novo, que afinal lhe escapa sempre alguns passos à frente.

Assim, para fundamentarmos a análise de discurso sobre o “novo”, buscaremos, nesta prévia discussão teórica, as seguintes pistas: 1- As relações ontológicas do homem com os objetos no mundo (e como ambos se fazem linguagem para o outro), ou seja, buscaremos pela questão do consumo antes de se verter em consumismo. 2- Depois buscaremos pelos elementos sociais e históricos que evidenciam a questão da competição interindividual que culminou numa sociedade plenamente líquida⁴ que exige o movimento perene de passagem do “velho-não-velho” para o “novo-nunca-novo”. 3- E finalmente buscaremos por consequências práticas e visíveis na própria concepção, criação, produção e consumo dos produtos tecnológicos no século XXI.

Estes elementos teóricos, decorrentes de outros autores, nos servirão de fundamentos para a análise discursiva que faremos a partir de três materialidades linguísticas, como veremos mais adiante. Por hora nos importa trazer à tona pistas que evidenciem o discurso sobre o novo em funcionamento. Vamos a elas.

⁴ Entendemos, a partir de Bauman (2001), “modernidade” como o período iniciado com a revolução científica e cultural do século XV. Antes dela havia, segundo ele, uma sociedade com estruturas sociais rígidas e estabilizadas durante séculos. A modernidade nasce, portanto, desmanchando estes sólidos, caminhando em direção à plena liquefação, esta alcançada no final da década de 60, dando início à fase compreendida como Pós-modernidade, ou seja, a plenitude da liquefação social.

1.1. O CONSUMO ANTES DO CONSUMISMO

Para adentrarmos no tema do consumismo acelerado de nossos tempos, começaremos por explorar e compreender melhor o próprio ato de consumir, e ver se já ai existem pistas para melhor inferirmos o tema desta pesquisa. A intenção deste capítulo é reforçar que o consumismo não pode preceder o próprio consumo. O consumo, como veremos, é a consequência natural da relação do homem com o mundo, ou seja, enquanto atua no mundo, envelhecem-se e se desgastam mutuamente homem e mundo (objetos, lugares, pessoas, etc.). Logo, o consumismo se caracteriza como transformação na lógica dessa relação, o que nos impele a não desprezarmos o caráter destruidor do consumo natural - na intenção de não contaminarmos nossa análise sobre a obsolescência e o consumismo capitalista na pós-modernidade. Muitos atributos ontológicos da relação do homem com o mundo já são aparentemente negativos, e não poderíamos leva-los indistintamente para o plano do consumismo capitalista. No entanto esta análise do consumo, como veremos, pode nos dar pistas sobre uma relação ontológica e fundamental do homem com os objetos no mundo que, afinal, podem nos revelar pistas importantes mesmo para a análise sobre a obsolescência.

Faremos esta análise sobre o consumo (antes do consumismo) a partir da filosofia de Jean-Paul Sartre, mais especificamente em sua obra “O ser e o nada” (1997), de 1943. Muitos pensadores trataram do assunto, no entanto os conceitos sartreanos nos interessam quando definem a importância dos objetos possuídos para a constituição do sujeito que os possui. Iniciaremos esta primeira parte definindo brevemente alguns de seus conceitos imprescindíveis para a compreensão dos demais; depois analisaremos um capítulo específico desta mesma obra: “Ter, Fazer e Ser”, no qual ele aborda a relação do homem com os objetos no mundo; finalmente, ainda dentro deste capítulo da dissertação, veremos como o consumo dos objetos é tratado de forma ontológica por este autor. Aqui entenderemos que a questão do “consumo” não se dá somente com os objetos, mas com os lugares,

saberes e pessoas nas relações humanas. Logo, quando falarmos de consumismo, também expandiremos seu objeto de desejo para lugares, saberes, pessoas, etc.

Esta análise ontológica dará fundamento à discussão que perpassará os conceitos de Bauman culminando na Análise do Discurso, a partir da qual buscaremos evidências do manuseio de tais necessidades ontológicas nas mãos do mercado capitalista.

CONSUMIR⁵

v. tr.

1. Fazer desaparecer pelo uso ou gasto.
2. Gastar; devorar; destruir.
3. Corroer; apagar (com o tempo).
4. Comer; beber.
5. Dissipar.

CONSUMISMO⁶

(consumo + -ismo) s. m.

1. Hábito ou ação de consumir muito, em geral sem necessidade.

Obviamente que "consumo" não é o mesmo que "consumismo". Sartre já assinalava: "Consumir é aniquilar e comer, é destruir incorporando" (1997, p.725). A definição do dicionário para consumismo apresenta a soma do sufixo "ismo" à palavra consumo, como uma *hiperfiliação* a uma ideia, ou a prática de um estilo de vida sob uma determinada ideologia. Portanto, assim como se faz necessário considerar o que é o "ateu" para se compreender o "ateísmo" e avaliar "Marx" para se chegar ao "marxismo", faz-se necessário mirarmos o "consumo" na intenção de aclararmos o "consumismo". Segundo Sartre (1997,

⁵ "consumir", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2013, <http://www.priberam.pt/dlpo/consumir> [consultado em 04-11-2013].

⁶ "consumismo", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2013, <http://www.priberam.pt/dlpo/consumismo> [consultado em 04-11-2013].

p. 706) o ato de consumir é assaz importante para o existente, e nestas análises veremos características intrínsecas da relação do homem com um objeto possuído/consumido, e como se significam mutuamente homem e objeto.

“Toda consciência é consciência de alguma coisa”, conceito que resgatou de Husserl. A consciência se mostra, assim, apenas como relação ao ser das coisas. A ontologia - estudo do ser, no sentido mais geral da palavra - busca compreender o que é o ser humano e os demais seres do mundo: “o que é a realidade de todas as coisas”? E é da própria constituição do homem enquanto existente pensante que surge o desejo (SARTRE, 1997, p.704), desejo de ser: é o que o diferencia de uma pedra, que nada deseja. Logo, o desejo, antes de ser objeto da psicanálise, que aprofundará tal estudo, é ontológico, constituinte. E, como vimos anteriormente, o desejo surge a partir da falta de ser, o nada que reside o âmago do homem, uma consciência que vive constante transcendência rumo ao que lhe falta.

Assim, o desejo será instaurado em relação com os existentes concretos do mundo, sempre objetivados: objetos de desejo. É que o Para-si, não sendo nada e preocupado em ser-no-mundo, busca ao seu redor qualquer tipo de fundamento para seu nada de ser, encontrando-o, por vezes, embora insuficientemente, em suas relações com outros seres no mundo, como “o outro”, já descrito, e também em objetos concretos. No entanto, o autor assinala que das três grandes categorias da existência humana concreta, fazer, ter e ser, as duas primeiras concretizam-se na terceira. Assim, tanto o fazer quanto o ter são tentativas de ser (SARTRE, 1997, p. 717), e isto é demasiado importante: o homem deseja ser através de suas ações executadas (toda sorte de ação enquanto verbo de existir), e através dos objetos possuídos (toda sorte de objetivação: um automóvel, uma pessoa, um conhecimento, uma obra de arte). Mirando logo à frente deste texto, numa breve antecipação, vemos que este conceito dialogará com outro de Bauman, quando este afirma que mais do que possuir ou fazer, o homem moderno quer ser uma pessoa de sucesso. A sociedade do consumo eleva a rivalidade interindividual acima

mesmo da riqueza e do poder, transformando estes em símbolos. Na contemporaneidade a posse de bens é apenas um dos elementos da competição. Esta se dá, primeiro, por símbolos e pelas diferenças e distinções que eles representam: estes sim, recursos inesgotáveis (BAUMAN, 1989, p. 94). Este assunto, no entanto, será melhor analisado logo à frente. Por hora nos interessa a implicação social do conceito sartreano de que TER e FAZER são categorias de SER, ser-com o ser das coisas, lugares, pessoas, etc.

Assim, percebemos que todas as formas de relação com o mundo são, em primeira instância, relações de coexistência. A totalidade do ser de um indivíduo está em sua coexistência com seu automóvel, blusa ou sofá: com os seres do mundo. Ele será objetivado pela transcendência do outro quando viaja por praias, pratica um determinado esporte ou possui algum conhecimento: ter e fazer são categorias de ser. O homem é um “eu + carro” para o outro, um “eu + montanha”, um “eu + saberes” para o outro que lhe objetiva: uma coexistência, um conceito demasiado importante para Sartre.

Desta forma, podemos tratar a relação do homem com os objetos do mundo como uma necessidade ontológica, que neste estudo será dividida em duas partes: a relação com o objeto criado-usufruído, e o objeto adquirido-usufruído.

O OBJETO CRIADO-USUFRUÍDO

Ao construir um objeto, o homem mantém certa relação de posse com ele, mesmo que de alguma forma se distancie dele posteriormente. Ao criar uma obra de arte, por exemplo, ela a faz para sentir-se na gênese da existência de um ser concreto no mundo de forma que o mesmo também exista pelo indivíduo, mas de forma autônoma. Um determinado quadro será sua eterna criação, expressando seu pensamento perpetuamente renovado em sua existência individual, separada da dele, mas contendo parte do seu ser nele. Realiza então uma dupla relação de consciência: uma que concebe e outra que reencontra, ao rever a referida obra. Como descreveu Sartre, “é

esta síntese de eu e de não-eu”. (1997, p. 705); dessa maneira, a criação de objetos para uso próprio permite um duplo sentimento de apropriação: a apropriação por criação e a apropriação por gozo, na revisita - que por sua vez gera uma identificação maior com o objeto que o mero usufruto.

Quando um homem pinta uma tela o faz para estar na origem de uma existência concreta, para possuir não somente o objeto final, mas toda sua existência, pois que partira de suas ideias e mãos esta concretude: a tela existe por ele. Uma vez fora dele, já no mundo, aquela obra de arte é uma intenção de que sua existência tenha ampliação e concretude fora dele, para que esta sirva de substrato para fundamento do seu próprio ser em falta. Assim ele faz dela uma criação contínua, uma emanção perpetuamente renovada de seu ser fora dele, radicalmente distinta dele pois que existe à distância dele sendo parte dele. No entanto a existência desta tela deve ser renovada por si mesma, um ser-em-si independente do ser-para-si do indivíduo que a criou, e carrega em-si um fragmento da subjetividade de seu criador, concretizada na obra de arte através de uma significação constantemente em ato, que por sua vez proporcionará outra criação numa outra subjetividade (outro indivíduo) que toma contato com aquele fragmento de seu ser ali materializado e objetivado naquela tela (1997, p. 718). Essa dupla apropriação (consciência que cria e consciência que encontra) se dá em todo tipo de objeto criado, não somente os artísticos, no entanto, se faço mera cópia de outro objeto primeiro, parte destes sentidos de apropriação se esvai, pois que me sobra somente a habilidade manual e a capacidade de executar tal cópia, e não mais uma capacidade inventiva que carregaria um nível maior de minha subjetividade.

O que se vê nesta sociedade moderna é uma grande indistinção de todos estes significados ontologicamente estabelecidos na relação do homem com suas criações. Na maioria das vezes a criação somente se dará no instante da aquisição de uma objetivação: na compra de um objeto, na admiração da obra de arte, na aquisição de certo conhecimento ou ainda na objetivação conclusiva de outra subjetividade.

O OBJETO ADQUIRIDO-USUFRUÍDO

A divisão do trabalho obscureceu esta relação “primitivo-criativa” com os objetos; modificou-a, mas não a extinguiu (1997, p. 720). A produção se faz de forma demasiadamente indistinta, indiferente, e pouco do que um trabalhador comum de nosso século possui foi feito por suas próprias mãos, sendo tais objetos, portanto, possuídos em forma de apropriação. Eis aí a capacidade da moeda: transformar toda a produção indiferenciada em poder de aquisição; um salário em poder de criação. O dinheiro representa minha força, um instrumento para possuir o que não pude fabricar. Ele se faz uma força criadora: cria por mim, em meu lugar. “Na forma primitiva do luxo, possuo um objeto que fiz fazer por mim” (Idem, p. 721). Comprar equivale a criar o objeto comprado. O dinheiro suprime a limitação técnica da produção de objetos dos quais não domino a fabricação, e torna o desejo imediatamente operante: não se sabe fazer, mas se quer ter, então se pode comprar. Para Sartre (Idem, p. 722), “o dinheiro suprime a conexão técnica entre sujeito e objeto e torna o desejo imediatamente operante”. Pelas vias do dinheiro, o desejo sobrepuja a etapa da criação e já possui. O próprio desejo é criador simplesmente pelo poder imediato de “ter” (que é desejo de ser), que o dinheiro lhe confere.

Todavia, mesmo por mera aquisição, o objeto que um homem possui não é “possuído” como simples designação externa de relação com ele, mas também se torna parte integrante de seu ser, como um membro de seu corpo: ao romper a estreita relação do objeto com ele, tal objeto morre para ele. Este objeto constitui, assim, um todo com o indivíduo, e é através do ser do homem que ele será alcançado e definido: esta mesa foi comprada por um sujeito. É dele. O vínculo de posse é estabelecido internamente entre seus seres, a morte deste indivíduo ou a destruição do objeto implicam a ruptura desta relação possuidor/posse, fazendo de ambos, cada qual em sua falta, um ser incompleto. Este vínculo ontológico dá-se pela insuficiência do Para-si:

um ser desprovido de fundamento que busca em seres terceiros uma parte do faltado que lhe poderia conferir existência plena, mesmo que momentaneamente, visto que tais objetos não podem ser incorporados pelo nada da consciência.

“Possuir é ter para mim” (SARTRE, 1997, pg. 720), ou seja, o homem é o agente da existência do objeto que ele constrói ou usufrui; sua razão de ser. Ter é criar continuamente as funções e significações de um objeto, cuja existência será determinada pelas circunstâncias e pela interação do mesmo nestas circunstâncias. Sartre detecta a “potência de ser” de cada objeto como sendo sua própria existência. Um copo não será um copo enquanto não for tratado e usado como copo, no entanto, quando dotado de um fator 'criação', passamos para um nível de afinidade do criador com o objeto.

“Ter, antes de tudo, é criar” (SARTRE, 1997, pg. 721), ou seja, é recriando simbolicamente todos os dias o copo como copo que ele se torna copo. Sua existência como copo (signo copo) dependerá da circunstância e necessidade de seu possuidor de tomar água e de ver nele o melhor mecanismo para tal realização. Enquanto estiver guardado no fundo de um depósito, sem interação com nenhuma situação de nenhum indivíduo, tal copo não passará de um bocado de vidro moldado em um formato cilíndrico vazado. Não será um copo: não receberá o nome de copo. Por outro lado, quanto mais é usado por um indivíduo e este mais se identifica com o copo, ao fazer dele um copo sempre presente em seus momentos de descontração e de solidão, por exemplo, quando faz dele o “seu copo”, tal objeto passa a ter um significado e uma existência palpável e sensível. Passa a compor com seu possuidor criador. Por exemplo, o copo, a mesa, as roupas, todos os objetos de um homem são “ele mesmo”. A totalidade de suas posses revela a totalidade de seu ser. A trajetória da conquista de tal objeto só existe por ele e para ele, numa relação que somente este indivíduo possuidor pode criar, mesmo que o objeto lhe apareça como dado. Ele o cria continuamente; ou melhor, o objeto é ele fora dele.

Ampliando a importância desta relação, se o indivíduo existe a distância de si mesmo pelos objetos no mundo que possui, quando o possui se aliena em direção ao objeto possuído na tentativa de capturar seu-ser-nele e fundamentar seu ser vazio, o Para-si. Deste modo, fica evidente que a apropriação é um símbolo do ideal do Para-si de ser pleno de ser, buscando fora de si um Em-si fundamento que seja justamente “criatura” sua, conferindo-lhe existência plena sem sujeição a nenhum outro indivíduo (1997, p. 723). Assim a posse confere à consciência um ser-objeto idêntico a ela mesma – pois carrega parte de seu ser -, que lhe funda.

Surge aqui uma frustração nesta relação – de outras existentes: tal criação reside no meio de um movimento que parte do homem rumo à alteridade do objeto possuído. Uma frustração surge pelo fracasso do Para-si de encontrar nos objetos um fundamento real para sua existência, visto que o Para-si não consegue assimilar uma mesa para dentro de seu nada de ser e o fundar, realmente. Esta relação é meramente alegórica e ideal, “apenas a indicação de uma suprema satisfação de posse (a do ser que seria seu fundamento)”, (SARTRE, 1997, pg. 724). E a este reconhecimento da impossibilidade de realmente possuir Em-si-Para-si tal objeto, Sartre afirma decorrer naturalmente um violento desejo de destruí-lo e reabsorvê-lo numa relação tão intensa quanto à da criação. Destruído, o objeto já não estará ali para se instaurar como acintoso “incapturável”. Passa a existir no plano da recriação da memória, e quando o indivíduo se recria nas referidas circunstâncias com o objeto, recria também o próprio objeto, contudo, desta vez, como único responsável por sua completa existência; tal objeto “é” somente por ele e exclusivamente para ele.

Sartre assevera (1997, p. 725) que a destruição do objeto é nítida também no seu uso cotidiano. Usar uma peça de roupa implica seu desgaste, uma destruição parcial realizada pela criação contínua. O usufruto aniquila incorporando; uma criação-destruição cujo desgaste é a face oposta da vida de seu possuidor; inversamente proporcional: o objeto envelhece fundindo-se

cada vez mais com o sujeito que o consome, em suas situações, adquirindo valor e vínculo.

QUANDO O HOMEM SE FAZ LINGUAGEM

Após o estudo das relações com o outro (outras subjetividades e outros objetos, ambos objetivados por minha consciência - o olhar da medusa), trago uma discussão hermética, dentro apenas deste recorte na teoria Sartreana das relações (relações simbólicas), pois que o ser do ser-objetivado nunca poderá ser incorporado ao ser da consciência.

Na relação de sedução com outra subjetividade, o homem consente em fazer-se objeto para o outro, almejando seu ser que está neste outro, à distância - mas que ainda é responsabilidade do primeiro - instaura-se então uma postura de sedução da transcendência do outro que o olha, de sua alteridade livre. Tal sedução consiste, em outras palavras, em tentar que o outro pondere sobre o primeiro o que este espera que se pondere dele, ou o mais próximo disto; tentativa frustrada de recuperar seu ser que fora objetivado pelo outro. Portanto, se seus objetos compõem com o indivíduo a totalidade de seu ser, o que ele “faz objeto” para o outro não é apenas um “si” nu, despido de qualquer adereço e significação. Faz objeto ao olhar do outro tudo o que é: ele, suas ações, suas significações e também suas posses que com ele coexiste. E já que é seu conjunto de ser que é objetivado pelo outro, as significações fundidas em suas posses também o são. Assim, na relação de sedução o indivíduo faz uso dos objetos que possui e das simbologias e potencialidades que os mesmos carregam na tentativa de induzir o outro a arrazoar sobre seu ser-para-outrem da forma mais próxima do que ele planejou. Fica evidente, assim, a importância das posses e de seus valores na primeira relação com os outros.

Tais objetos, como já estudamos, possuem uma forma singular de valoração; eles são desejados pelo indivíduo e pelos outros que o cercam e que eventualmente não possuem objetos semelhantes - como

multipossibilidades de mundo, de realizações e conquistas. Assim, possuindo e sendo com um objeto com multipossibilidades de mundo, e fazendo-se objeto para o olhar do outro, o homem atribui ao objeto mais um valor: o de ferramenta de sedução. Logo, vale ressaltar a atuação das posses como objeto conjunto com o indivíduo no momento do olhar alheio, e seu oposto, como defesa do olhar do outro. Uma ou outra atuação da posse será externada mediante a escolha ativa ou passiva do indivíduo frente o outro. Estes conceitos últimos fazem trabalhar o conceito sartreano de que o homem, à presença do outro, se faz linguagem.

Meus atos, livremente concebidos e executados, meus projetos, além de minhas possibilidades, possuem afora um sentido que me escapa e que experimento: sou linguagem (SARTRE, 1997, p.465).

Segundo o filósofo existencialista, o surgimento do outro à presença de um sujeito, olhando-o (objetivando-o), faz surgir a linguagem como condição de seu ser. Obviamente que se trata de todos os fenômenos de expressão, e ainda uma linguagem que não faz conhecer, mas experimentar seu ser. É o ser que o que outro experimenta através desta linguagem é o que Sartre chama de 'ser-para-outrem', um ser que escapa do homem através do outro quando este transcende sua transcendência, ou seja, sua subjetividade. No entanto, ao transcender sua transcendência, o outro o objetiva e o torna objeto-linguagem, dotado de significações que escapam ao sujeito objetivado.

Não posso nem sequer conceber que efeito terão meus gestos e atitudes, já que sempre serão recolhidos e fundados por uma liberdade que os transcenderá, e não podem ter significação a menos que esta liberdade lhe confira. Assim, o sentido de minha expressão me escapa sempre; não sei nunca exatamente se signifique o que quero significar nem ainda se possuo significado; neste preciso instante, seria necessário que eu me lesse no outro, o que, por princípio, é inconcebível. (Idem, p.466).

Assim se prefigura um conflito nesta relação que se estabelece pelas vias da linguagem: apesar de almejar significar algo, na intenção de seduzir a

transcendência do outro, é o outro (o fora-si) quem atribui o significado final nesta equação. Ao se apresentar objeto-linguagem ao outro, a despeito de qualquer que seja sua intenção de significar, o homem submete-se à significação que o outro faz sobre ele, um “outro” social, ideologicamente circunscrito.

Assim, este homem-linguagem, o “ser-para-outrem” sartreano, ao se fazer linguagem submete-se às mesmas condições de produção a que o discurso se submete. Sobre isso, Romão & Benedetti (2008, p. 4) afirmam:

O corpo é, visto isso, mediador de saberes e resultado de uma construção sócio-cultural e histórica. Podemos, então, mobilizar o conceito de memória discursiva, pois entendemos que tais discursos sobre o corpo possuem um domínio de memórias pré-construído e materializado, por sua repetibilidade (ou não), ressaltamos o fato de que os enunciados, apesar de recorrentes e repetíveis, não pertencem sempre à mesma enunciação, já que suas condições de produção e existência transformam-se historicamente.

Esta dupla constituição do homem e do objeto possuído - esta coexistência - faz deste um existente que se faz, juntamente com seus objetos possuídos, um único ser que se apresenta ao mundo em forma de linguagem. Relevante se faz a análise Pechetiana neste instante, pois que, ao se fazer linguagem, os objetos que com o sujeito coexistem (compõem-no) são ideologicamente e historicamente determinados. Romão (IDEM, p. 7) novamente trata do assunto:

Esse é o nosso corpo/arquivo: matéria-prima da mercadoria vendida pelo discurso midiático aliado ao grande capital e à lógica de um sistema que entende os sujeitos como indivíduos, os indivíduos como consumidores e os consumidores como coisas; resultado de práticas individuais, ou individualizadas, de embelezamento e cuidados de si que são, na realidade, a perpetuação da versão do aparelho midiático de um corpo construído, glamourizado, assujeitado pelo discurso da beleza perene, discurso, que em sua opacidade, não revela a condição carcerária desse sujeito diante da ideologia e de seu meio de produção mais eficaz - a mídia.

O que é de veras importante para este projeto, afinal, é que quando se significa um objeto, significa-se também seu possuidor. Importa também lembrar que a significação se dará num jogo de valores: valor de uso, num caso mais simples, e valor de afinidade, em casos mais sofisticados de relações; ambos os valores se constituem, finalmente, como necessidades ontológicas a uma consciência que se constitui como desejo (SARTRE, 1997, p. 729). Homem e objeto coexistem: revelam escolhas e o ser mesmo de cada:

Minhas roupas (uniforme ou terno, camisa engomada ou não), sejam desleixadas ou bem cuidadas, elegantes ou ordinárias, meu mobiliário, a rua onde moro, a cidade onde vivo, os livros que me rodeiam, os entretenimentos que me ocupam, tudo aquilo que é meu, ou seja, em última instância, o mundo de que tenho perpetuamente consciência - pelo menos a título de significação subentendida pelo objeto que vejo ou utilizo -, tudo me revela minha escolha, ou seja, meu ser (SARTRE, 1997, p. 571).

Esta discussão a respeito da relação do homem com seus objetos se faz importante para levantar questões que doravante trabalharemos. Esta relação repleta de importâncias e significações ontológicas é substituída por outra: a relação homem/novidade⁷. O “novo” se materializa nos objetos, mas o que se almeja agora não é mais a relação com este, mas com o “novo” que nele encarna. E como o tempo de novidade do objeto é cada vez mais efêmero, torna-se menor o tempo desta relação. E como se dá o discurso sobre o “novo” que altera a relação do homem com os objetos no mundo? Continuemos nossa discussão observando, a partir dos ensaios de Bauman, COMO a modernidade se converteu numa sociedade líquida, onde o “novo” importa mais que a durabilidade, e o instante da compra mais que o usufruto

⁷ Aqui não entendemos “novo” como sendo sinônimo de “novidade”. O novo é a consubstanciação de um atributo que de fato não existe no mundo, mas somente no plano da linguagem (Sartre, 1997; Baudrillard, 2008). Contudo, como veremos no decorrer desta dissertação, vários atributos técnicos, discursivos e mesmo ontológicos perpassam um objeto para que ele seja considerado “novo” ou “velho”. Novidade, por sua vez, é compreendida, a partir de Bauman (2001), como o “movimento” que coloca algo à frente de outro no que diz respeito ao seu caráter de “novo”.

do produto. O tempo se comprimiu no presente: passado e futuro não mais importam, e o homem do século XXI se vê cada vez mais livre dos grilhões do passado e das obrigações do futuro.

1.2. FAZ ALGUM TEMPO, TUDO O QUE ERA SÓLIDO SE DESMANCHOU NO AR

Trataremos, a partir de agora, da questão da OBSOLESCÊNCIA, e o faremos a partir da sociologia de Zygmunt Bauman (2001) e de Marshal Berman (1986), e também da filosofia de Jean-François Lyotard (1993). Estas análises sobre a liquefação social abrangem diversas áreas da modernidade, contudo, além da pertinência da questão do consumo, para estes autores a fluidez social se baseia justamente nesta lógica de mercado: a rápida obsolescência dos produtos e sua absurda velocidade de substituição. É a partir do fundamento da economia fluida que toda a sociedade se instaura igualmente fluida (ciência efêmera, amores efêmeros, arte efêmera, medos efêmeros, etc.).

Bem, sabemos que a teoria marxista fundamenta os conceitos de ideologia presentes nas principais teorias da linguagem, como veremos adiante. De toda sua teoria, outro conceito também nos interessa neste projeto, conceito, aliás, que fundou toda uma rede de conceitos presentes em diversos pensadores do século XX. Este conceito pressagiou com grande precisão um dos atributos mais perceptíveis das sociedades de nosso tempo, e se introduz a partir de seu axioma "Tudo o que é sólido se desmancha no ar", ou pelo que ele chamou de "Ideal desenvolvimentista". O desfalecimento dos sólidos, um importante conceito da sociologia contemporânea, é tratado com maestria por Zygmunt Bauman (2001). A teoria da fluidez apresentada fornece importantes substratos para o presente texto. Sua conjectura elucidada um grande movimento social que, desde o nascimento da modernidade (a revolução científica no Renascimento), traça um percurso rumo à total fluidez de todos os sistemas.

Os fluidos, por assim dizer, não fixam o espaço nem prendem o tempo. Enquanto os sólidos têm dimensões espaciais claras, mas neutralizam o impacto e, portanto, diminuem a significação do tempo (resistem efetivamente a seu fluxo ou o tornam irrelevante), os fluidos não se atêm muito a qualquer forma e estão constantemente prontos (e propensos) a mudá-la; assim, para eles,

o que conta é o tempo, mais do que o espaço que lhes toca ocupar; espaço que, afinal, preenchem apenas "por um momento" (BAUMAN, 2001, p. 8).

Podemos dizer, assim, que os sólidos obliteram sua relação com o 'tempo': sua dureza e falta de movimento ressaltam sua prioritária relação com o espaço que ocupa, e ocupa por muito tempo, tempo indeterminado, logo, irrelevante. Para os líquidos, ao contrário, o 'tempo' é o que importa em detrimento do espaço: quanto tempo ele leva para abandonar aquele espaço? Graças à tamanha velocidade e constância de movimento, a importância do espaço é suprimida pela importância do tempo: não importa onde estará, pois que pouco depois se abandonará aquele espaço. Importa o tempo, que me açoitava a todo instante através do movimento perene (Idem, p.8). Podemos dizer que a fluidez tem que ver com inconstância, liberdade, movimento, leveza, caos e colisões. Já a solidez tem que ver com assiduidade, tranquilidade, previsibilidade, estagnação e administração.

Diferente dos sólidos, os fluidos não são facilmente domados, "contornam certos obstáculos, dissolvem outros e invadem ou inundam seu caminho" (BAUMAN, 2001, p. 9). Qual a origem desta fluidez dos sistemas? Na explicação desta origem, Bauman começa a dar pistas da convergência dos dois conceitos: a modernidade e a liquidez. Ele aponta que este processo de "liquefação" teve início na revolução científica do século XV, e segundo ele a modernidade já foi concebida fluida.

Para que as revoluções e os renascimentos culturais, sociais, científicos e antropológicos ocorressem, era preciso uma emancipação da "*mão morta de sua própria história*" (BAUMAN, 2001, p. 9), o que somente se daria derretendo os sólidos. Isto implicaria dissolver tudo aquilo que tivesse persistido ao tempo e fosse obstáculo ao fluxo e às mudanças. Foi necessária a profanação do sagrado, o repúdio e destronamento do passado e da tradição. O Renascimento clamava, segundo Bauman, "*pelo esmagamento da armadura protetora forjada de crenças e lealdades que permitiam que os sólidos resistissem à 'liquefação'*" (BAUMAN, 2001, p. 10).

Contudo, alerta Bauman, estas revoluções apontavam não por uma busca de uma sociedade eternamente fluida, mas o contrário, uma busca por novos sólidos de uma durabilidade bem maior, uma solidez confiável e previsível, portanto, administrável (BAUMAN, 2001, p. 10). As primeiras resistências, sólidas resistências, estavam impregnadas no seio das massas: nas tradições morais que cerceavam cada indivíduo - contudo fortemente perpetuado e ampliado pelos mesmos. Foi necessário, portanto, derreter estes primeiros sólidos, profanar estes primeiros lugares santos: as lealdades e direitos das tradições, as obrigações que atavam os pés e mãos restringindo as iniciativas renascentistas. Derreter os sólidos implicava eliminar os comprometimentos irrelevantes, libertar a sociedade dos grilhões dos deveres para com a família e o lar, com a igreja e os costumes sociais obsoletos, de suas densas tramas éticas. Essa forma de "derreter os sólidos" causou imenso mal-estar social, em sua origem, pois desnudou e desprotegeu toda a complexa rede de relações sociais, "agora impotente para resistir às regras de ação e aos critérios de racionalidade inspirados pelos negócios, quanto mais para competir efetivamente com eles" (BAUMAN, 2001, p. 11).

Este derretimento dos sólidos deixou caminho aberto para a racionalidade instrumental da economia, visto que a então "nova burguesia" era quem financiava toda sorte de revolução: na arte, na filosofia (iluminista), no protestantismo, na ciência, na imprensa e tudo mais. Uma superestrutura de base cuja única função era auxiliar numa transformação suave e contínua (BAUMAN, 2001, p. 11). O derretimento dos sólidos concedeu à economia uma progressiva liberdade de seus tradicionais empecilhos políticos, éticos e culturais, o que sedimentou uma nova ordem de transição fundada na economia.

Assim, esta liquefação dos antigos sólidos, em busca de novos sólidos, acabou por solidificar somente um elemento desta equação, qual seja, a economia. Essa, que se tornou a nova ordem, o novo paradigma social, tornou-se imune a desafios que não sejam de sua própria natureza, e solidificou-se ao ponto de que refletir sobre ela, na intenção de renovar esta

'ordem', torna-se virtualmente impedido pela força da inutilidade da própria tentativa. Acima desse sólido, a vida acontece líquida, como veremos adiante, mas neste nível estrutural a solidez alcançou seu clímax (BAUMAN, 2001, p. 11). No instante deste câmbio, nenhuma ameaça os persuadiu: a promessa de liberdade fora atraente o suficiente para acalmar toda sorte de rebelados e manter radicalmente desengajados todos os envolvidos (BAUMAN, 2001, p. 12).

Por hora, é imprescindível salientar o lento - mas constante - processo de liquefação dos sólidos, que não só tem se arrastado até nossos dias, como tem alcançado níveis extraordinários de amplitude de ação. Bauman alerta para o fato de que se derreteu mais do que se deveria ter derretido, quando da proposta inicial de se construir novos sólidos humanistas (BAUMAN, 2001, p. 11). Para ele, o limite ultrapassado já não permite a construção de sólido algum, pois que importantes ferramentas necessárias a estas construções já se diluíram no todo, e já não se distinguem umas das outras.

Em sua obra "Vida Líquida" (2007), Bauman apresenta como esta liquefação alcançou, segundo ele, a família, a sexualidade, a constituição do indivíduo enquanto sujeito, a política, os meios de comunicação, a própria ciência, e muitos outros campos sociais. Esta liquefação dos modelos acabou, finalmente, por se transformar num novo modelo, qual seja, o do movimento contínuo, o da fluidez, o da constante novidade e obsolescência de todos os sentidos: o modelo consolidado é o "não-modelo".

No mundo pós-moderno de estilos e padrões de vida livremente concorrentes, há ainda um severo teste de pureza que se requer seja transposto por todo aquele que solicite ser ali admitido: tem de mostrar-se capaz de ser seduzido pela infinita possibilidade e constante renovação promovida pelo mercado consumidor, de se regozijar com a sorte de vestir e despir identidades, de passar a vida na caça interminável de cada vez mais intensas sensações e cada vez mais inebriante experiência (BAUMAN, 1998, p. 23).

A fluidez disseminada, portanto, apresenta-se agora como obstáculo à própria solidificação que tanto se almejou nos primórdios da revolução cultural do século XV, e assim, o único sólido que persistiu acabou por ser a

economia, esta que a tudo fundamenta (leia-se infraestrutura). Contudo, quão sólido é este fundamento? Pode-se determinar a economia como um 'sólido'? A solidez que acomete a economia é estranhamente fluida. Marshall Berman, em seu livro "Tudo o que é sólido se desmancha no ar", descreve este seu estranho 'movimento-sólido'. Ele afirma que uma das grandes realizações da burguesia foi emancipar a capacidade e o esforço humano para o desenvolvimento competitivo e contínua mudança: para uma perpétua renovação de todos os modos de vida pessoal e social, movimento este que, por sua vez, partiu e parte das necessidades diárias da economia.

Quem quer que esteja ao alcance dessa economia se vê sob a pressão de uma incansável competição, seja do outro lado da rua, seja em qualquer parte do mundo. Sob pressão, todos os burgueses, do mais humilde ao mais poderoso, são forçados a inovar, simplesmente para manter seu negócio e a si mesmos à tona; quem quer que deixe de mudar, de maneira ativa, tornar-se-á vítima passiva das mudanças draconianamente impostas por aqueles que dominam o mercado (BERMAN, 1986, p. 92).

Isso evidencia que mesmo a burguesia não pode existir sem constantemente revolucionar seus meios de produção. O autor afirma ainda que a partir da intensa pressão por revolução dos meios de produção é que se extrapola os limites do mercado, o instante em que a coação por circulação alcança todas as condições e relações sociais.

O constante revolucionar da produção, a ininterrupta perturbação de todas as relações sociais, a interminável incerteza e agitação distinguem a época burguesa de todas as épocas anteriores. Todas as relações fixas, imobilizadas, com sua aura de ideias e opiniões veneráveis, são descartadas; todas as novas relações, recém-formadas, se tornam obsoletas antes que se ossifiquem. Tudo o que é sólido desmancha no ar, tudo o que é sagrado é profanado, e os homens são finalmente forçados a enfrentar com sentidos mais sóbrios suas reais condições de vida e sua relação com outros homens. (Marx, 2002, p. 338):

É então que Marshall Berman faz uma perturbadora conclusão sobre os movimentos da economia. Segundo ele, esta ininterrupta perturbação do

sistema, as constantes crises, as intermináveis incertezas e agitações são, na verdade, o fortalecimento do sistema capitalista. Assim, as catástrofes são convertidas em lucrativas oportunidades para o “redesenvolvimento” e para a renovação; muitos caem, e muitos sobem. As desintegrações e crises são forças motoras! Para Berman, o único temor da economia seria uma estabilidade sólida e prolongada. Nesse cenário, a estabilidade significa entropia, pois que nosso sentimento de movimento e crescimento é que nos certifica de que estamos vivos. Logo, dizer que nossa sociedade está em direção decadente consiste dizer que está viva e em forma (BERMAN, 1986, p. 93).

Marx (2002) já tratava deste problema há mais de um século. Nas constantes e recorrentes crises há uma renovação geral: dos produtos, das forças produtivas, dos membros da burguesia, das formas de se vender e de se consumir. As crises podem aniquilar pessoas e empresas que são mais fracas, menos aptas às mudanças, e assim abrir espaço para que novas companhias se estabeleçam. Assim, as crises se apresentam como inesperada força de resistência do capitalismo, pois que lhe dá movimento, logo, lhe dá vida. Marx, no entanto, acreditava que estas reformulações apenas “pavimentam o caminho para crises ainda maiores e mais destrutivas”. Entretanto, comprovada a capacidade do capitalismo de tirar proveito da ruína, podemos facilmente acreditar que essas crises possam prosseguir numa espiral interminável (BERMAN, 1986, p. 100).

Assim chegamos à dura assertiva de que a totalidade da modernidade é dotada de certa liquidez, talvez não em níveis homogêneos, entretanto não há mais o que chamar de 'sólido'. Todo o sistema se move, em alguns campos com maior velocidade, e a modernidade líquida, pressagiada por Weber e Marx, converte-se no substrato principal para a constituição de uma ideologia pós-moderna, embora este termo não seja usado por nenhum dos autores aqui abordados.

Entendendo a importância da ideologia na constituição do sujeito (ORLANDI, 2005, p. 47), podemos analisar as consequências para estes que

compõem esta sociedade contemporânea, qual seja, a da modernidade líquida. Marshall Berman, em seu diagnóstico, afirma que o cidadão comum, igualmente compositor desta sinfonia caótica, assumiu de vez a fluidez e a forma aberta dessa sociedade (BERMAN, 1986, p. 93). Os sujeitos aspiram a mudanças: aspiram não somente estar aptos a elas, mas buscam efetivamente estas transformações, ao ponto de estas tornarem-se contínuas. É preciso aprender a não lastimar em nostalgia pelos tempos que se foram, mas se empenhar e se deliciar na renovação, no hoje, atentos ao amanhã. O ontem já se foi, e não há mais espaço para ele (BERMAN, 1986, p. 94). Assim, a ideologia descrita e trabalhada por Pêcheux (PÊCHEUX & FUCHS, 1997) – como veremos posteriormente – se faz evidente nesta discussão: a despeito da ideologia a que o sujeito se filie, o novo lhe perpassará, evidenciando uma ideologia do “novo” que a todas atravessa.

... foi retirada a tampa dos desejos humanos: nenhuma quantidade de aquisições e sensações emocionantes tem qualquer probabilidade de trazer satisfação da maneira como o "manter-se ao nível dos padrões" outrora prometeu: não há padrões a cujo nível se manter – a linha de chegada avança junto com o corredor, e as metas permanecem continuamente distantes, enquanto se tenta alcançá-las (BAUMAN, 1998, p. 56).

O contínuo movimento da modernidade líquida, que impõe um ritmo demasiado acelerado para o sujeito, é o motivo do "Mal-estar na pós-modernidade". As consequências aos indivíduos são inúmeras: a vida líquida é uma vida problemática que se dá em condições de incerteza perene. Estas consequências são dramáticas para o sujeito pós-moderno, pois que se diluíram todos os sólidos que fundamentavam a antiga construção de uma identidade. A solidez de um sentido sob o qual se estabelecer era um atributo valioso construído ao longo de toda uma vida, passado de geração a geração e mantido com todo cuidado (BAUMAN, 1998, p. 38).

Bauman aponta duas lições importantes que o homem pós-moderno necessita aprender com urgência e nunca esquecer. 1ª: os dias valem tanto quanto – e somente – a satisfação que cada um deles dá. A recompensa é

um hoje diferente, e não um amanhã melhor. O futuro está além do seu alcance e as preocupações em longo prazo são para os crédulos. 2ª: mantenha seus engajamentos sempre superficiais, pois lealdades e compromissos possuem datas de 'vencimento', e mantê-los por muito tempo pode ser perigoso (BAUMAN, 2005, p. 132).

O estranho mecanismo que conserva a perenidade do movimento e diluição dos sentidos está para o nível dos anseios humanos mais básicos: ontológicos. Segundo Bauman, na pós-modernidade líquida estes desejos estão mais em evidência que em qualquer outro instante da história. A satisfação dos desejos suprimiu o desejo por segurança (BAUMAN, 1998, p. 8), e a antiga renúncia aos instintos - sob o signo da ordem e da moral da civilização (FREUD, 1974, p. 58) é agora vertida em ética hedonista, e a liberdade é seu pressuposto: estar livre dos antigos grilhões para ascender à satisfação dos desejos.

Esta promessa de satisfação, todavia, só pode persistir atraente se o desejo continuar sempre irrealizado. Assim, apesar das infinitas cartas de crédito, o mercado evita estabelecer alvos fáceis simplesmente tornando permanente a insatisfação. Depreciam e desvalorizam os signos de consumo (produtos, lazer, conhecimentos e outros) logo depois de terem sido alçados ao universo dos desejos do consumidor, ou ainda proporcionam satisfações que geram outras necessidades (BAUMAN, 2007, p. 107).

Nesse instante, fica evidente a possível relação com a filosofia de Sartre, anteriormente apresentada. Quais são e de que forma são manipulados os desejos ontológicos do homem em relação aos objetos do mundo? Como se comporta ontologicamente o indivíduo em tal sociedade líquida? Em Sartre o homem, nada sendo e desejando ser, busca no ser dos outros (qualquer ser fora de si) um fundamento para seu próprio não-ser (SARTRE, 1997, p. 720). No entanto esta relação é frustrada, condenada à falência antes mesmo de nascer. O indivíduo que busca coexistir com o ser de objetos criados ou adquiridos se vê agora coagido a se relacionar com uma materialização do "novo", e com ele coexistir. O homem já se encontra ontologicamente

(essencialmente) em falta consigo mesmo, e busca se completar fora de si nos seres do mundo, no entanto esta sensação de falta torna-se ainda mais exacerbada quando o objeto de desejo é um ser absurdamente fugidio: o “novo” lhe escapa ainda com mais rapidez, e a falta ontológica (o ser e o nada) impulsiona o sujeito a um fluxo interminável de busca pelo novo que ele quase alcança, mas que lhe escapa por entre os dedos colocando-se novamente logo ali à frente: eis uma busca ontológica, constitutiva da consciência humana antes mesmo de ser psicológica ou social.

A obsolescência da imagem que se faz sobre um sujeito (como ele significa) depende em grande parte dos objetos com o qual este se relaciona; movimento este que atua na rápida obsolescência dos produtos por uma sociedade que exige a constante atualização de seus atuantes: um movimento mútuo e interdependente de liquefação – sujeito/produto.

"Com vergonha de seu celular? Será que este é tão velho que você fica envergonhado ao atender uma chamada? Faça um upgrade para um aparelho do qual você possa se orgulhar." O lado negativo da ordem de "fazer um upgrade" para um celular "consumidoristicamente correto" é, com certeza, a exigência de não voltar a ser visto portando aquele para o qual você fez um upgrade da última vez (BAUMAN, 2007, p. 17).

Ainda relacionando Bauman a Sartre, vemos a complexa e conflituosa relação entre sujeitos, e neste embate vemos um homem que, coexistindo com os objetos do mundo (SARTRE, 1997, p. 722), forma com estes um único ser que ele apresenta ao outro (outra subjetividade) no instante da sedução (idem, p. 454) e quando da subjugação (idem, p. 472) - as duas relações primordiais entre os homens, em Sartre. Logo, esta massiva coerção capitalista para que o homem deseje o “novo” ao invés do próprio objeto, cria uma nova necessidade ontológica no homem pós-moderno: coexistir com o “novo”, apresentar-se ao outro imbuído do “novo”, preocupado com as relações sociais, o que implica uma necessidade ontológica de apresentar ao outro um eterno sujeito “novo”. A modernidade líquida cria uma “novidade” líquida que a tudo contamina: uma radical e doentia busca pelo “novo”. Esta é a principal

contribuição de Sartre nesta discussão: a não distinção de sujeito e objeto possuído: uma coexistência. Portanto a sociedade líquida não trabalha a obsolescência tão somente do produto, mas também do sujeito que o consome.

É proibido estacionar no tempo. O atraso social, manifesto nos bens que se possui, é um crime imperdoável cuja pena é o descarte do próprio sujeito “antiquado”. Segundo Bauman (2007, p. 8), o perigo iminente é não conseguir acompanhar a velocidade dos eventos e ficar para trás: perder a data do vencimento da conta, se atrasar para o trabalho passando por um trânsito caótico, perder o último lançamento no cinema, perder o último lançamento de qualquer coisa: ficar para trás. Perigo é perder o momento da exigência da mudança, não estar atento a ele e acabar estagnado num caminho sem volta. A vida líquida é uma sucessão de reinícios; logo, livrar-se das coisas tem prioridade sobre adquiri-las.

A soma destes eventos acaba por dar à sociedade pós-moderna um caráter estritamente de consumo. O consumo torna-se a medida de uma vida bem sucedida, da felicidade e mesmo da decência humana (BAUMAN, 1998, p. 56), ao que Bauman cita Althusser sobre uma ideologia pós-moderna do consumo: "uma sociedade que [...] 'interpela' seus membros basicamente, ou talvez até exclusivamente, como consumidores" (BAUMAN, 2007, p. 109).

Totalmente imerso numa sociedade de consumo, o próprio sujeito converte-se em mercadoria, e para tanto será necessário igualmente estar atualizado e modernizado. O ideal é que ele seja um empregado/mercadoria “antigo, mas novinho em folha” (BAUMAN, 2005, p. 105), com todo o conhecimento necessário mas com a garra e a expressão facial de um recém-contratado. O sujeito é estimulado/coagido a promover uma mercadoria atraente e desejável: ele mesmo. E para isso faz ele o máximo esforço para aumentar seu próprio valor de mercado, sendo ele ao mesmo tempo produto e seu próprio promotor de marketing (BAUMAN, 2008, p. 13). Logo, fica nítida a implicação de um sistema noutra, movimentos dialeticamente construídos entre sujeito e objeto (produtos) na sociedade: o envelhecimento de um

implica o envelhecimento do outro: um crime inafiançável em nossos dias. Novamente a relação com a teoria Sartreana de coexistência fica evidente: o ser que o homem cria para si depende dos seres com os quais ele coexiste.

Os movimentos caóticos de liquefação dos sólidos pré-modernos conduziram a sociedade à mais intensa individualização, como vimos em Bauman e Lyotard. Não existe mais a noção de grupo, mas de grupos. Grupos pelos quais caminho e caminho sozinho, em liberdade absoluta. Intensificou-se a competição pela eficácia de cada sujeito, cada qual um pequeno relato em busca de legitimação (LYOTARD, 1993, p. 28). No entanto, esta liberdade, na sociedade do consumo, foi alcançada elevando a rivalidade interindividual acima mesmo da riqueza e do poder, transformando estes em símbolos. No mundo do consumo a posse de bens é apenas um dos benefícios perigosos da competição. A luta é, antes de tudo, por símbolos e pelas diferenças e distinções que eles representam: estes sim, recursos inesgotáveis (BAUMAN, 1989, p. 94).

Então é a continuação da corrida, a satisfatória consciência de permanecer na corrida, que se torna o verdadeiro vício – e não algum prêmio à espera dos poucos que cruzam a linha de chegada. Nenhum dos prêmios é suficientemente satisfatório... (BAUMAN, 2001, p. 90)

A corrida social, portanto, não é por objetos materiais. Estes, ao contrário, são usados como ferramentas nesta corrida, materializações dos “sucessos” e “fracassos” de um espírito competitivo. A disputa é, afinal, por um lugar social de destaque, uma posição de relevância numa determinada esfera social. O valor de um país, em nossos tempos, é medido por seu índice de crescimento, PIB, riqueza gerada, enfim: poder de compra – e mais que isto, poder de continuar comprando. Aparecem, em segundo plano, os benefícios reais usufruídos pela população de cada um. A competitividade tornou-se, inclusive, um dos fatores de valoração de uma nação (BAUMAN, 2010). Vejamos alguns enunciados que corroboram com esta afirmação:

Visto em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/economia-geral,brasil-cai-para-56-lugar-em-ranking-de-competitividade,163721,0.htm> (Link visualizado no dia 14/10/2013).

Visto em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/05/1275795-brasil-precisa-estimular-competitividade-entre-estados-diz-nobel-de-economia.shtml> (Link visualizado no dia 14/10/2013).

Toda a economia de mercado se fundamenta na competição, e suas consequências chegam a todos os que vivem sob esta ideologia.

[...] o desenvolvimento: mudança permanente, para a perpétua sublevação e renovação de todos os modos de vida pessoal e social. Esse esforço, Marx o mostra, está embutido no trabalho e

nas necessidades diárias da economia burguesa. Quem quer que esteja ao alcance dessa economia se vê sob a pressão de uma incansável competição, seja do outro lado da rua, seja em qualquer parte do mundo (BERMAN, 1986, p. 93).

Fazendo um paralelo com a teoria pechetiana, aqui onde falamos “rivalidade interindividual”, falaremos das disputas por lugares discursivos. Como veremos adiante, o lugar de onde se fala condiciona a posição-sujeito e a posição social de um indivíduo. Logo, alcançar um lugar discursivo de destaque é fundamental nesta corrida social. A materialização deste lugar social, motivo de disputa, segundo Bauman, se dará a partir de embates discursivos materializados nos sujeitos que ocupam lugares estratégicos numa determinada Formação Discursiva (doravante FD), o que veremos adiante.

Assim concluímos que não podemos falar de obsolescência (de saberes, produtos, relações, etc.) sem falar de competitividade social. Logo, não podemos falar de obsolescência dos produtos sem falar da obsolescência dos sujeitos que usufruem destes produtos. Logo, o sucesso no jogo interindividual se manifesta no que possuímos, sabemos, usamos, fazemos etc. Não se “obsolescer”, nesse jogo, implica não coexistir com coisas obsoletas: é preciso livrar-se delas e buscar o “novo”. O resultado final desta liquefação se vê no diagnóstico de Bauman (2010, p. 42):

A capacidade de durar não joga mais a favor das coisas. Dos objetos e dos laços, exige-se apenas que sirvam durante algum tempo e que possam ser destruídos ou descartados de alguma forma quando se tornarem obsoletos - o que acontecerá forçosamente. Assim, é preciso evitar a posse de bens, em particular daqueles que duram muito e que não são descartáveis com facilidade. O consumismo de hoje não consiste em acumular objetos, mas em seu gozo descartável.

E assim chegamos ao clarividente fato de que consumismo, obsolescência, efemeridade e competitividade alcançam a relação do homem com os objetos que possui. Baudrillard (O Sistema dos Objetos, 2008) trata tal questão de forma muito pertinente para esta dissertação, pois não só infere

sobre a relação do homem com os objetos como o faz a partir das ciências da linguagem.

O objeto: esse figurante humilde e receptivo, essa espécie de escravo psicológico e de confidente, tal e como foi vivido no cotidiano tradicional e ilustrado por toda a arte ocidental até nossos dias, esse objeto foi o reflexo de uma ordem total ligada a uma concepção bem definida da decoração e da perspectiva, da substância e da forma. Conforme esta concepção, a forma é uma fronteira absoluta entre o interior e o exterior. É um continente fixo, e o exterior é substância. Os objetos possuem, assim, além de sua função prática, uma função primordial de recipiente, de vaso do imaginário (BAUDRILLARD, 2008, p.27).

Para Baudrillard todo objeto recebe significação já no instante em que lhe é atribuído uma função e um nome. Contudo todo objeto tem a potencialidade de carregar outro tipo de significação, qual seja, a da afinidade, um "vaso do imaginário" (BAUDRILLARD, 2008, p. 11). Ele distingue estes dois modelos de relação do homem com os objetos percebendo o sentido denotativo (significação funcional) e o sentido conotativo (significação afetiva) que lhe atribui o homem. Perceberemos a forma com que um objeto pode ser dotado de significação, e como tal significação sofre alterações significativas numa modernidade líquida, causando não somente sua obsolescência material, mas também a obsolescência de sua significação.

A denúncia que faz o autor diz respeito aos movimentos sociais que libertam objetos e sujeitos de responsabilidades morais, tal como apontou Bauman (A liberdade, 1989). Baudrillard detecta este sintoma na relação dos sujeitos familiares com seus objetos residenciais (BAUDRILLARD, 2008, p. 13) que, segundo ele, é uma imagem fiel das estruturas sociais de uma época. Ele contrapõe o sentido denotativo de um móvel, ou seja, sua função, com seu sentido conotativo, este que carrega significados de cunho mais psicanalítico. Uma mesa pode ter um sentido conotativo muito mais amplo se for, por exemplo, uma herança de terceira geração na qual se tenha passado toda uma infância, muitas ceias e momentos importantes, para o bem ou para o mal. Na família tradicional todo o ambiente é um organismo vivo, e sua

estrutura é a relação familiar. A simples composição dos móveis constitui também a relação entre os membros daquela família e a preocupação, portanto, não será de um ordenamento objetivo dos móveis e objetos, pois que estes tem a função, primeiramente, de personificar as relações humanas, seus conceitos morais e afetivos (Idem, p.14).

Assim, resgatando os conceitos de Sartre (1997) de dupla significação, estes móveis na residência tradicional (termo que será contraposto com “residência moderna”) possuíam significados semelhantes aos de seus proprietários: figurar numa esfera moral, justamente onde deveria e poderia significar. Conforme afirma Baudrillard, o mobiliário possuía tão pouca autonomia neste espaço residencial quanto os diversos membros da família possuíam na sociedade. Ademais, seres e objetos estavam ligados numa cumplicidade densa, um valor afetivo que este autor chama de "presença" (Idem, p.14). Há, nesta residência tradicional, um antagonismo entre interior e exterior que faz trabalhar todo um sentido de interioridade familiar: entrar no interior de sua própria casa é entrar no seio de sua família. Os móveis, a divisão dos cômodos, os objetos de enfeite e os de uso, todos assumem certa antropomorfia e encarnam no espaço os laços afetivos, certo censo de permanência no grupo (Idem, p.15).

No entanto Baudrillard detecta os mesmos movimentos de liquefação, estes que diluíram os grandes sentidos (sólidos sentidos) desde a modernidade, trabalhando na transformação da relação homem/objeto. As relações do homem com sua família mudaram, assim mudam o estilo e as relações do homem com seus objetos: suas significações também se transformam e trabalham na transformação da relação familiar, que transformam as relações sociais, as relações religiosas e as relações consigo mesmo: uma rede de interdependências.

O autor alerta que as mudanças destas relações não se dão de maneira improvisada e espontânea: são adaptações a novas necessidades. A cama converte-se sofá-cama, a mesa se dobra e admite agora um menor número de pessoas, os automóveis ficam menores e também seus motores

mais leves e econômicos. Todas estas transformações são adaptações forçadas à falta de espaço, à economia de tempo, de energia e de combustível: as dificuldades financeiras que inventam e faz adaptar, e transformam, por sua vez, uma rede enorme de relações dotadas de significações (Idem, p. 15).

Se a grande e legada mesa de jantar era impregnada de significações morais e afetivas, os interiores modernos agora se atentam à funcionalidade máxima por conta de novas necessidades, e esta nova organização faz com que a afetividade familiar dê lugar a uma mesa desprovida de capacidade de significar além de sua função: não há mal algum em passar por nossas vidas mais de cinco mesas. Se as necessidades mudam, os objetos devem mudar para suprir esta nova realidade, e como mudam com muita frequência, as relações afetivas, relativas à durabilidade e à solidez, já não são mais capazes de atribuir significações afetivas aos objetos. E assim a desestruturação da antiga ordem simbólica não fora repostas por ordem alguma: vive em constante fluidez.

Entre o indivíduo e seus objetos agora já não há significação alguma além de seu uso prático: não exercem nenhuma sorte de constrangimento moral e liberta aos poucos o indivíduo de suas responsabilidades familiares. Encontra nesta mobilidade uma relação mais liberal, mais desapegada e passível de mudanças menos dolorosas. Uma liberação parcial, no entanto, pois que libertar-se da significação afetiva não implica libertar-se de uma nova rede de significações de uso: novas necessidades são apresentadas todos os dias e, finalmente, a dependência dos objetos aumenta. (Idem, p. 16).

A consequência são mesas lisas, brancas e sem ornamentos que lhe proporcionem identidade. São diferentes, mas iguais. A própria distinção de objeto para objeto por vezes se liquefaz: cama e mesa se parecem. O que fora liberto, portanto, segundo Baudrillard, fora a função do objeto: ela (função) está agora liberto da teatralidade moral dos antigos móveis, separada dos ritos que legitimavam uma estrutura familiar repleta de significados morais e responsabilidades (Idem, p.16). Agora o objeto está livre para ser apenas

“aquilo para que serve”, livre para funcionar, e o homem, por sua vez, está liberto para apenas utilizar este objeto: igualmente livre das significações que pediam constantes legitimações, cansativas sustentações de significados pesados. Sem estas relações não há mais espaço, pois que este se abre e se reaproveita, é fluido e livre: funcional (Idem, p. 17).

Já não existe mais a dicotomia interioridade/exterioridade, e assim o homem já não é mais nem proprietário nem usuário, mas somente um informador ativo do ambiente, um mero 'homem de colocação', nas palavras de Baudrillard. O homem moderno domina, controla e ordena seus objetos, mas não os consome: opera como mero técnico, e a propaganda é seu conselheiro de comunicações (Idem, p. 26), reflexos de uma liquefação de todos os sentidos:

...a lógica mesmo deste jogo traz consigo a imagem de uma estratégia geral das relações humanas, de um projeto humano, de um *modus vivendi* da era técnica; verdadeiro câmbio da civilização cujos aspectos se podem observar inclusive na vida cotidiana (Idem, p.27).

Fundamentados também no argumento de Sartre, de que homem e objetos se fazem unos e se significam mutuamente para o outro que os vê, as consequências de uma rápida obsolescência dos produtos tecnológicos é um constante mal estar que impulsiona o sujeito pós-moderno a buscar e desejar o “novo”. O próprio sujeito, ao se fazer linguagem para o outro (SARTRE, 1997, p. 465), corre o constante risco de ser significado como obsoleto. Submerge, ele, numa perene corrida: em fuga do “velho”, em busca do “novo”. A forma com que o sujeito significa também deve estar atualizada, no tempo certo, para ser aceita e incluída na corrida social.

Agora a constituição do sujeito (em relação aos objetos que possui) não se dá pelas vias de uma relação duradoura, tal como aqueles senhores que se definiam junto com seus velhos charutos e livros desgastados. A constituição do sujeito agora é definida pelo “poder de aquisição” de novos e melhorados produtos (BAUMAN, 2008, p. 38), ou seja, a memória trabalhada

por um produto tecnológico pós-moderno é uma espécie de anti-memória, certo efeito de sentido que atesta para a posse do sentido de “novo” que um produto carrega, ou seja, se circunscreve numa memória que não deve durar, já que seus sentidos são efêmeros. A relação sujeito/objeto não se dá mais a partir da posse de um produto determinado, mas sim da posse do sentido de “novidade” que um objeto carrega por um breve momento, sentido este que o sujeito toma emprestado, imerso numa competição interindividual. Um celular não mais remete à “fazer ligações”, “falar à distância”, etc. Ele opera a partir do breve sentido de “novo” que carrega, um sentido que lhe escapa justamente por deixar de fazer sentido tão rapidamente.



ANÁLISE DE DISCURSO

2. ANÁLISE DE DISCURSO

Como se dá o discurso sobre o novo? Depois de analisarmos a relação do homem com os objetos/produtos, e de vermos que esta relação de consumo convertera-se em consumismo em nossos dias, buscaremos agora entender de que forma se deu e se dá esta transição. Que discurso é este que transformou as sólidas relações do homem com o mundo em relações líquidas? Esta análise, como já fora dito, faremos a partir da Análise do Discurso Francesa, mais especificamente nas teorias de Michel Pêcheux.

Pêcheux nasceu na França em 1938. Quando publicou sua primeira grande obra, em 1969, a França passava por períodos de intensa transformação em toda sua conjuntura social, política e acadêmica. Nas universidades três fenômenos teóricos destacaram-se nessa conjuntura: primeiro as releituras de Marx, Freud e Nietzsche; segundo, o advento do estruturalismo como fenômeno cultural e terceiro, os esforços para voltar a epistemologia e a história das ciências para o domínio das ciências humanas (NARZETTI, 2008, p. 24)

Sobre os teóricos revisitados o que se dá são releituras que se sustentam em seus predecessores, no entanto transcendem seus conceitos: o que vê então é o Marx de Louis Althusser, o Freud de Jacques Lacan, e o Nietzsche de Gilles Deleuze. O estruturalismo, por sua vez, assume papel preponderante na academia. Originou-se a partir de leituras dos pensamentos de Ferdinand de Saussure, e já nos anos 1950 a Linguística estrutural começou a exercer forte influência sobre vários campos do saber que fazem uso de seus métodos e conceitos: a antropologia de Lévi-Strauss, a psicanálise de Lacan, a semiologia de Barthes, além de outros campos. É o momento em que a Linguística é tida como ciência norteadora das ciências sociais.

O terceiro ponto de ebulição nesta época é a epistemologia histórica francesa, que também sofre mudanças e alcança grande importância para o pensamento da década de 50 e 60, em que se presenciou a transformação

de “uma filosofia da experiência, do sentido e do sujeito” para “uma filosofia do saber, da racionalidade e do conceito” que estivera, até o momento, concentrada nas ciências exatas e biológicas e agora volta-se então para as ciências humanas (NARZETTI, 2008, p. 25).

É neste contexto filosófico, portanto, que Michel Pêcheux aprende filosofia: é a partir dos problemas desta época e das alternativas que ela oferece que ele começará a esboçar o projeto de uma Análise do Discurso. Althusser é, para ele, como uma inspiração teórica e substrato para suas reflexões mais avançadas. Fora através das teorias e da amizade com Althusser que Pêcheux percebeu que as três disposições (as releituras de Marx e Freud; o estruturalismo; e a epistemologia) não eram sobrepostas tampouco excludentes, mas convergentes em pontos essenciais e apresentavam entrecruzamentos de mútuas influências que colocavam em mote a constituição do sujeito, a questão da leitura e a questão das relações entre a ciência e a ideologia. Para Althusser a Linguística Moderna tem papel fundamental na compreensão do mundo, pois que contribui para a elucidação do discurso do inconsciente e da ideologia que nele reside (ALTHUSSER et al, [1965], 1979, p.14).

Assim, Althusser apresentava as releituras de Marx e Freud, além do advento do estruturalismo, como suscitadores de importantes questões epistemológicas referentes à cientificidade do Marxismo, da Psicanálise e da Linguística. Questões estas relacionadas às suas especificidades (uma vez que se distanciavam consideravelmente da concepção positivista das ciências de então) e também relativas à validade da aplicação dos conceitos e métodos da Linguística em outros domínios do saber. Questões epistemológicas que, segundo Althusser, até então ignoravam as condições econômicas, políticas e ideológicas nas quais as ciências se produziam (NARZETTI, 2008, p. 26).

A propósito deste contexto histórico surge, portanto, a Análise do Discurso Francesa, cujo maior expoente tornara-se justamente Michel Pêcheux. Sua teoria não se deu forma integral já em seu nascedouro, mas desenvolveu-se passando por três fases, como o próprio autor evidenciou em

seu texto "Analyse de Discours: trois époques (1983)" (PÊCHEUX, 1990). Pêcheux descreve os eventos que incidiram na construção do objeto teórico Análise de Discurso, apresentando, afinal, o conceito de que um quadro teórico não nasce estável. Ao contrário: admitir novas interpretações significa proporcionar seu próprio avanço. Portanto, tal como conta a história da Análise do Discurso.

O ponto crucial de transformações na teoria Pechetiana foi o conceito de "Formações Discursivas", que partiu de uma posição estável, na AD1, para uma relação entre Formações Discursivas que se invadem umas às outras a todo o tempo, evidenciando repetições (paráfrases) e diferenças (polissemias) nestas relações, já na AD2. Em seu terceiro período (AD3) fica marcada a preocupação de Pêcheux em considerar na análise os feixes interdiscursivos que ora se entrecruzam, ora se conjugam e ora se apartam. Este tipo de análise evidencia falhas na língua e equívocos do sujeito, no entanto evidencia "o encontro entre um espaço de interlocução, um espaço de memória e uma rede de questões" (PÊCHEUX, 1993, p. 318).

Agora o método de análise discursiva, tal como aponta o próprio Pêcheux, deve ocorrer em espiral: devem-se associar cruzamentos e fragmentações de séries textuais, levando em consideração as construções das questões, as estruturações de redes de memórias e a produções da escrita (MUTTI, 2003, p. 2). Para tanto, Pêcheux salienta a importância da análise do próprio gesto de interpretação, uma vez que este é, afinal, capaz de fazer intervenções no processo de análise (PÊCHEUX, 1993, p. 318-320). Neste percurso teórico da Análise Discurso (AD1, AD2 e AD3) fica evidente que mesmo Pêcheux não concorda com a ideia de uma "ciência régia" estabilizada, tal como ele mesmo apontou em "Le discours: structure ou événement?" (PÊCHEUX, 1990). Não se pode negar que um sujeito sempre formulará uma teoria quando inserido num discurso científico-acadêmico específico, datado espacialmente e historicamente. Logo, sua leitura, evolução e apropriação implicam a produção de novos sentidos segundo suas condições de produção, pois que os campos de conhecimentos não são fixos.

Esta discussão proposta por Pêcheux faz refletir sobre a ideia de filiação a um campo teórico: supõe a não estagnação dos conceitos, mas sim uma variação a partir de suas aplicações, constituindo novos objetos de pesquisa de forma dinâmica, proporcionando uma evolução da teoria e dos sujeitos que nela se inscrevem. A própria teoria não deve ser vista como um "tudo" proposto pelo sujeito, mas um movimento contínuo de aprimoramento, pois que sempre é imperfeita: algo escapa.

2.1. QUADRO GERAL DA TEORIA PECHETIANA

TÊXTIL

A água em superfície
desce
tecendo um manto
que, em tocas e limos,
acetina-se num brilho híbrido.

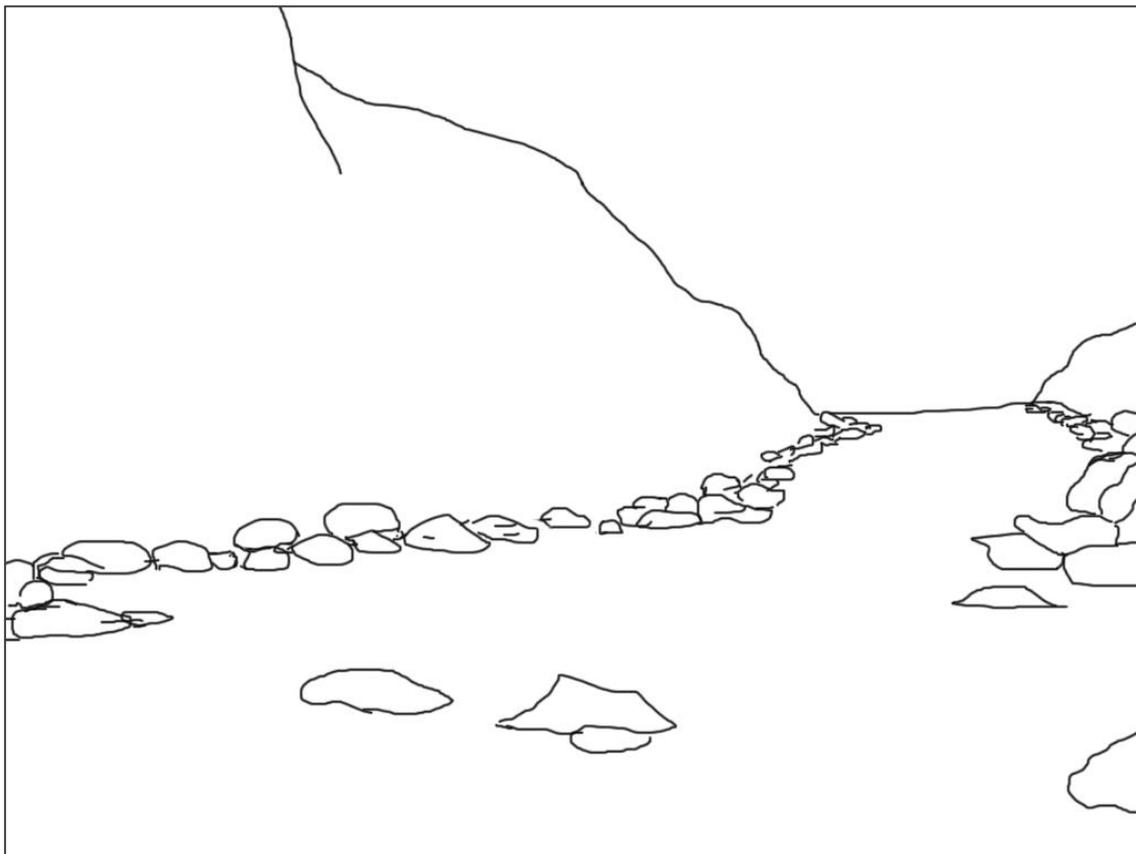
Os pés que quebram o fluxo
amaciam a hidrot textura;
e os galhos
e toda gente
parecem bordar com talento
uma frase fértil e ilegível.

LUIZ FRAZON



A linguagem é uma das criações humanas mais impressionantes, não deveria ser diminuída a simples sistemas, como se motores de automóveis. O poema acima convém como uma belíssima metáfora para entendermos a

linguagem fazendo sentido. Tomemos a imagem proposta para maiores reflexões:



Tal como o curso de um rio, a língua não é pura liberdade: possui margens que definem o rio como um rio: dá-lhe forma e certa possibilidade de compreensão. Sem as margens que lhe condicionam o rio não seria rio, mas uma porção de água disforme e incompreensível. No entanto a água não segue um movimento estabilizado: está em constante inquietação dentro das margens do rio, em choque com pedras, galhos, e toda sorte de objetos que se lhe apresenta no caminho. A água dança, se agita, canta e cria em seu movimento. Ela brilha à luz do sol e da lua, e muita vida surge exatamente deste movimento: a língua é rio, e não lagoa. Os peixes e os pescadores vivem dele: a vida que dele nasce se expande para o além-rio: o rio é pura criatividade entre margens! A margem, por sua vez, não é estanque: é repleta de furos. Um pequeno feixe de água pode dali formar um novo rio, escapar, procurar um novo percurso, e finalmente repousar seu curso em novas

margens. Aqui cabe a distinção condicionamento/determinação: o rio é condicionado por suas margens, e não determinado. Estes poros na beira rio são as possibilidades para que novos rios floresçam e levem vida a outros campos distantes.

Perguntamos: o que é o rio? O rio não é somente a água, mas a soma de nascente, água em movimento, margens, pedras pelo caminho, a vida que dele emerge, as árvores que lhe sombreiam, pescadores em suas canoas, as famílias que dele se alimentam, e finalmente um oceano onde se oferecer. O sentido de rio é maior que água.

Assim, para Pêcheux o sentido de um enunciado não brota do seio do próprio texto, mas sim de um complexo universo que circunda o sujeito e o discurso. Portanto, a Análise do Discurso Francesa (doravante chamada de AD, nesta dissertação) se interessa por tudo que cinge sujeito e texto, o máximo de informações que estiverem ao alcance do analista na tarefa exploratória em busca de um sentido que, afinal, se apresentará sempre em movimento. No entanto este "tudo" é demasiado amplo e abstrato, o que já não interessa à AD, e, portanto se faz necessário erigir um método de análise que busca as regularidades das formações discursivas que incidem sobre aquele discurso.

Aliás, que é discurso? Discurso tem que ver com 'curso', percurso, movimento, correr por..., logo, o discurso para Pêcheux é a palavra em movimento, a prática da linguagem, é o instante em que o homem entra em contato com a língua (ORLANDI, 2005a, p. 15). Assim, a AD procura entender a língua fazendo sentido, um complexo movimento que envolve o trabalho simbólico, o trabalho social e a constituição do sujeito, tudo isto a partir da historicidade e da ideologia que circunscreve esta relação (ORLANDI, 2001, p. 23). Para a AD não importa a língua como um sistema abstrato e meramente ideal: importa a língua no mundo material, suas maneiras de significar e produzir sentidos enquanto parte real da vida e de suas relações em efeitos de sentidos.

[...] nos faz preferir aqui o termo discurso, que implica que não se trata necessariamente de uma transmissão de informação entre A

e B, mas, de modo mais geral, de um efeito de sentidos entre os pontos A e B (PÊCHEUX & FUCHS, 1997, p. 82).

Assim se dá com o rio da linguagem. Ele brinca e cria a todo instante enquanto segue seu caminho, e não podemos concebê-lo como mera porção de água, mas sim como relação entre vários personagens que o compõem, efeito de sentidos. Logo, mais importante do que saber o que é a água, importa saber o "como", como o rio produz tanta vida. Importa menos "o que o texto quer dizer"; importa "como o texto significa" (ORLANDI, 2005a, p. 16).

Todos os personagens na imagem do rio são importantes, e compõem juntos o quadro final. Assim diluímos a dicotomia emissor/receptor, pois que ambos são, a todo instante, ativos e passivos no processo de significação (ORLANDI, 2005a, p. 17). O pescador só é pescador por causa do rio e de seus peixes, logo, o peixe é tão ativo quanto o próprio indivíduo na constituição do "sujeito pescador". O sujeito fala a partir de um lugar que é condicionado pela relação com o outro, o que predispõe a entendermos como "discurso" o que se pensava antes como "mensagem", pois que o discurso é esta complexa rede de atores atuando na constituição de sujeitos e de sentidos, e não mera transmissão de sentidos (ORLANDI, 2001, p. 130). O rio não é somente movimento de levar água da nascente até o oceano, é um importante movimento de constituição e criação: margens, peixes, pescadores e outros são constituídos neste movimento.

Por baixo da superfície do rio há uma infinidade de movimentos e de vida que não se vê, que é justamente de onde o pescador faz emergir sobressaltos que alteram a relação homem/rio, ou seja, a língua, em seu movimento, comunica e silencia a todo instante, contudo não de forma dialética, mas concomitante (ORLANDI, 2005a, p. 18). Por vezes, algum pescador revolve a lógica e retira vida daquilo que está oculto: o rio, por mais calmo que aparente ser, é cheio de surpresas.

Assim é o rio: um grande cenário em movimento de onde emanam muitas constituições e sentidos. Interessa-nos, portanto, desvelar um pouco deste movimento, de suas regularidades e possibilidades de apreensão, bem

como aquilo que é constitutivamente ambíguo e passível de falhas. Convido-o a um mergulho neste quadro pintado pela poesia, mas não de forma imaterial: o rio da língua é tátil, e podemos mergulhar nele numa experiência real. Com atenção e esmero, veremos nele a mesma beleza do rio de águas turvas que, espero, tenhas provado muitas vezes com seus pés e mãos.

SUJEITO, HISTÓRIA E LINGUAGEM

A AD nasce entrecruzando conceitos chave de três campos filosóficos: a Linguística, o Marxismo e a Psicanálise. Como já vimos, Pêcheux percebe que determinados pontos destas teorias convergem para a construção de um olhar sobre o mundo. A língua faz sentido por se inscrever na história, sem olvidar, no entanto, que ela possui suas regularidades sintáticas e enunciativas. Esta historicidade traz consigo as ideias de "memória" e de "ideologia" numa imbricada relação com o sujeito, este resgatado da psicanálise (ORLANDI, 2005a, p. 19). O discurso tem, portanto, sua regularidade a partir das relações social + histórico, sistema linguístico + realização, subjetividade + objetividade, processo + produto.

Pêcheux, a despeito da AD3, ressalta que sua teoria é uma disciplina comprometida com a análise, e para tanto ele desenvolve um dispositivo de análise que se soma a um dispositivo teórico, como veremos. Ao contrário da transparência decorrente do efeito da ideologia, a língua não é transparente, e sua opacidade é o objetivo do analista.

A prática de leitura proposta por Pêcheux, que constitui propriamente a Análise de Discurso, expõe o olhar leitor à opacidade (materialidade) do texto, objetivando a compreensão do que o sujeito diz em relação a outros dizeres, ao que ele não diz (ORLANDI, 2005c, p. 11).

O objetivo final desta disciplina é, portanto, compreender COMO os objetos simbólicos produzem sentidos, analisando os efeitos de sentidos bem como o próprio gesto de interpretação, pois que estes mesmos também atuam

na construção do sentido. A ADF não para na interpretação, mas trabalha seus limites e mecanismos como partes constituintes no processo de significação (ORLANDI, 2005a, p. 26). Também não procura um sentido verdadeiro através de uma espécie de "chave" de interpretação: cada sentido é único porque não há verdade alguma oculta atrás do texto, mas sim gestos de interpretação que o constituem: "não existem fatos, apenas interpretações" (NIETZSCHE, 2005, p. § 22).

Aqui uma importante distinção se faz necessária entre inteligibilidade, interpretação e compreensão. Inteligibilidade é a capacidade de captar os signos meramente pelo conhecimento da língua. A interpretação é o sentido em contexto, e a compreensão é a capacidade de apreender o que não fora dito, somando-o ao dito. Para esta busca pela compreensão Pêcheux sugere um "Dispositivo Teórico de Interpretação", que contém certo rigor proveniente da ADF, somado a um "dispositivo analítico" que será construído pelo analista, análise por análise. Este dispositivo analítico parte da questão colocada pelo analista e é definido pela natureza do material a ser analisado, pela finalidade da análise, pelo referencial teórico e pelas portas com a exterioridade do texto: as condições de produção que não dependem somente das intenções dos sujeitos (ORLANDI, 2005a, p. 27-29).

As condições de produção são demasiado importantes para a análise, e para tanto nos deteremos mais tempo explicando-as, quais sejam: a memória e as circunstâncias de enunciação (contexto sócio-histórico e ideológico).

A memória é, em Pêcheux, um conceito caro. Falamos de uma memória discursiva, de um "já dito antes" que torna possível "meu dizer agora", ou seja, que sustenta o dizível no qual escolho palavra por palavra, sentido por sentido (ACHARD, 1999, p. 16), e os coloco numa relação que explicita minha identidade. É a memória que disponibiliza os dizeres possíveis, o que evidencia que cada dizer em verdade não é de propriedade particular, as palavras não são nossas, no entanto assumimos o importante papel de organizadores de dizeres (ORLANDI, 2005a, p. 31).

A memória discursiva remonta a um eterno já dito, uma tensão contraditória no processo de inscrição do acontecimento no espaço da memória que se caracteriza de duas formas: a) certos acontecimentos que escapam à inscrição na memória; b) certos acontecimentos que são absorvidos na memória, esquecidos, como se não tivessem ocorrido (ACHARD, 1999, p. 50). Neste funcionamento da memória podemos distinguir dois movimentos: o Interdiscurso (constituição) e o Intradiscurso (formulação). A constituição determina a formulação, ou seja, pelo funcionamento do interdiscurso suprime-se a exterioridade do texto para inscrevê-la no interior do texto. Assim, o interdiscurso tem que ver com historicidade, uma memória que especifica a forma com que novos acontecimentos históricos serão inscritos na história. Este interdiscurso implica um anonimato, uma voz sem nome, para que faça sentido quando de minhas escolhas e constituição das "minhas palavras", ou seja, o intradiscurso: aquilo que pinço do interdiscurso para dentro de minha fala (ORLANDI, 2005a, p. 33).

Só uma parte do dizível é acessível ao sujeito, ou seja, ninguém tem acesso à totalidade da memória, no entanto mesmo o que ele não diz está trabalhando na significação de suas palavras. A isto Pêcheux chama "esquecimentos", que por sua vez se dão de duas formas: esquecimento ideológico e esquecimento enunciativo chamados de esquecimentos um e dois.

O primeiro esquecimento, o ideológico, é também chamado de sonho adâmico, o Adão que primeiro deu nome às coisas. Uma ilusão de que o sujeito disse o que quis dizer e de que ele é a origem do que fala. Em verdade, quando nascemos os discursos já estavam em processos há tempos: nós é que entramos neste sistema.

O segundo esquecimento acontece na enunciação. A cada frase falada uma infinidade de frases não faladas acontece ao mesmo tempo numa enorme rede de paráfrases, o que indica que cada dizer poderia sempre ser outro (PÊCHEUX & FUCHS, 1997, p. 170). Em verdade, nenhuma paráfrase pode dizer o mesmo. Nem mesmo a matemática produz paráfrases perfeitas, pois que 3×3 não é exatamente igual a 9. Quando se pensa 3×3 se pensa

na multiplicação de elementos, diferente da concepção direta que se pode fazer de 9. Assim, 3×3 é uma coisa, e 9 outra. No entanto há sempre a impressão, um esquecimento, de que o que foi dito só poderia ter sido dito daquele jeito, uma estabilização forçada pelas vias da ideologia que silencia as derivas: os universos logicamente estabilizados (PÊCHEUX, 2008, p. 22).

Deste segundo esquecimento surge a discussão sobre o "novo e o mesmo", que em Pêcheux se dará a partir da tensão entre a paráfrase e a polissemia. Ou seja, enquanto se silencia as derivas nos sentidos, os efeitos de paráfrase conduzem o homem a um eterno retorno ao que já sempre foi dito, mas em relação de tensão com a polissemia a língua pode caminhar e se mover. A polissemia implica a ruptura dos processos estabilizados de significação, logo, um deslocamento das regras que coloca em foco o diferente, o não dito da paráfrase, o inimaginável e o novo (RODRIGUES, 2011, p. 120). Assim, língua passa por uma paráfrase e por uma polissemia: a primeira que lhe dá certa estabilização, permitindo-lhe certa inteligibilidade, e a segunda que lhe dá poder de criação e de ruptura com este estável.

Estes esquecimentos dizem respeito a um não dito, algo que de alguma forma fora silenciado. Em muitos casos o silêncio fica às margens nas teorias das linguagens, por vezes reduzido a mera falta de palavras que nada significa, aliás, um instante como que "vácuo" significativo. Orlandi (1997), por sua vez, dá ao silêncio um funcionamento positivo, uma forma diferente de significar; no entanto, longe de ser mero vazio: o silêncio significa.

Necessitamos ainda ver estes funcionamentos da língua atravessados pela teoria dos sujeitos, da psicanálise, em relação com a teoria da ideologia marxista. Tendo em foco o sentido, o ponto nodal no qual se intersectam Linguística, Filosofia e Ciências Sociais, A ADF cria um novo campo de conhecimento que confronta o político e o simbólico, interrogando a Linguística pela historicidade que ela exclui, e as Ciências Sociais pela transparência da linguagem sobre a qual elas se amparam sem romper justamente com a ideologia que as funda (ORLANDI, 2005c, p. 10).

SUJEITO, MEMÓRIA E IDEOLOGIA

A relação sujeito/ideologia é o grande diferencial da teoria Pechetiana da linguagem. Mesmo em nossos dias a semiótica ainda tenta desvelar o sentido através de uma relação hermética entre os signos (ECO, 1988, p. 21), desconsiderando toda exterioridade do texto bem como a ação do sujeito leitor e produtor na produção do sentido.

Esta intersecção de conceitos é demasiado caro para Pêcheux, pois que para a ADF “[...] *não há discurso sem sujeito. E não há sujeito sem ideologia. Ideologia e inconsciente estão materialmente ligados*” (ORLANDI, 2005, p.47). Pêcheux afirma em “Semântica e Discurso” que os sujeitos são únicos, que são singulares os sujeitos que constituem a massa de sujeitos, e enfim que cada sujeito é uma relação entre o “inconsciente” de Freud com a “ideologia” de Marx. Pêcheux traz o conceito de Althusser para mostrar que o indivíduo é constituído sujeito a partir desse “assujeitamento” ideológico:

[...] o indivíduo é interpelado como sujeito [livre] para livremente submeter-se às ordens do **S**ujeito, para aceitar, portanto [livremente] sua submissão...(ALTHUSSER, 1985, p. 104) - *grifo meu*.

Até este instante de nossa leitura vemos que a constituição do sujeito-eu se dá pelas vias do ideológico. Orlandi também apresenta este conceito ao tratar da teoria pechetiana, mas já inserindo o papel da língua nesse assujeitamento:

[...] é um sujeito ao mesmo tempo livre e submisso. Ele é capaz de uma liberdade sem limites e uma submissão sem falhas: pode tudo dizer, contanto que se submeta à língua para sabê-la. Essa é a base do que chamamos assujeitamento (ORLANDI, 2005, p.50).

Assim temos que o sujeito da AD não é o indivíduo, um sujeito empírico, mas sim o sujeito do discurso, este que carrega consigo as marcas do social, do ideológico, do histórico. É assim que se dá a constituição do sujeito pela ideologia, na teoria Pechetiana: o assujeitamento do inconsciente - que é o discurso do outro - pela ideologia, que constitui a soma de todos os

outros sujeitos - o grande Sujeito, o grande Outro - pelas vias da língua. Assim, não há discurso sem sujeito, sujeito sem ideologia, tampouco ideologia sem a língua.

Pêcheux se atenta em diferir claramente “Ideologia” de “Discurso”. A ideologia é composta por “Formações Ideológicas”, ou seja, o confronto entre forças numa dada formação social num momento específico. O discurso, neste caso, é uma das instâncias em que a materialidade ideológica se concretiza.

A ideologia funciona na reprodução das relações de produção, pela interpretação ou assujeitamento do sujeito como sujeito ideológico. Cada indivíduo seria levado a ocupar seu lugar em um dos grupos ou classes de uma determinada formação social, mesmo que ele tenha a impressão de ser senhor de sua própria vontade, ou seja, são assujeitados dentro de uma Formação Ideológica. As Fls são compostas por formações Discursivas, ou seja, os discursos são governados por Fls.

Cada “Formação Ideológica” comporta uma ou várias “Formações Discursivas” (Pêcheux 1975). A “Formação Discursiva” (Foucault, 1969, e Pêcheux, 1975) é o discurso em formação, em movimento, sem delimitações claras de início e fim. Cada discurso que compõe uma formação discursiva é condicionado por fatores sociais, políticos e ideológicos que direcionam os percursos de expressão e de produção de sentido.

Uma FD pode fornecer elementos que se integram em novas FDs que se constituem no interior de relações ideológicas (exterioridade constitutiva), que, por sua vez, põem em jogo novas formações ideológicas (PÊCHEUX, 1975, p. 160).

Pêcheux evidencia então que o movimento dos discursos pode fazer com que fragmentos de uma FD enfraquecida ou encerrada possa retornar em FDs em funcionamento, embora transformadas, mas na forma de um “eterno retorno” (Nietzsche), de um “já dito”. Esse movimento evidencia, portanto, a heterogeneidade constitutiva do discurso, o que finalmente aponta a dificuldade de distinguir com clareza as fronteiras dos objetos constituintes

fundamentais da AD: formação discursiva (FD), formação ideológica (FI) e condições de produção (CP).

Pêcheux (1975, p. 170) evidencia que esta heterogeneidade constitutiva do discurso se dá pelas vias de uma paráfrase interna a cada FD, que faz circular e tirar do lugar os sentidos ilusoriamente estabilizados em cada discurso. Este movimento do discurso é um movimento dialético entre discurso e paráfrases: um faz mover o outro. Deste movimento surgem paráfrases que se relacionam, constituindo famílias parafrásticas que se constituem, afinal, matriz de cada sentido (CORACINI, 2005, p. 35).

As paráfrases e as famílias parafrásticas de uma FD não são originadas no sujeito, muito embora será nele que cada paráfrase se realizará. É justamente esta paráfrase manifestada no sujeito que fará dele um sujeito único, ou seja, é pela escolha desta ou daquela forma de dizer, dentro de uma FD, que fará com que ele ocupe o seu lugar na "Formação Social": um assujeitamento em que cada sujeito é assujeitado a outro ou a um grupo, e todo eles assujeitados ao "grande sujeito", "grande outro", numa escala social e ideológica já legitimada. Logo, é impossível que o sentido brote hermeticamente do texto, mas sim de uma complexa rede de efeitos de sentido que atravessam o sujeito no instante da produção e da leitura (PÊCHEUX & FUCHS, 1997, p. 169).

É cara a conceituação de cada uma destas formações: Formação Social, Formação Ideológica e Formação Discursiva. Uma cadeia de conceitos que não se sucedem de forma linear, mas em espiral: indo e voltando num movimento de constituição mútua. As famílias parafrásticas, na base das Formações Discursivas, são as pistas a serem perseguidas pelo dispositivo da Análise Automática do Discurso: aclarar e apreender suas regularidades na intenção de compreender os processos de produção de sentido (CORACINI, 2005, p. 36). Logo, são justamente as famílias parafrásticas que, enquanto constituem cada sujeito um sujeito único, constituem-nos, de certa forma, sujeitos iguais.

Na raiz de uma F.D. e de suas paráfrases estão as "Formações Imaginárias", que fazem de cada frase um "dizer diferente" que parte de um "já dito". O discurso produzido por um sujeito implica um destinatário que por sua vez se encontra num lugar determinado na estrutura de uma Formação Social (F.S.). Este lugar é suposto, no seio do discurso, pelas Formações Imaginárias (F.imgs.): elas assinalam o lugar que cada um, sujeito e destinatário, se atribuem reciprocamente. Em outras palavras, as F.imgs. são os juízos que cada sujeito faz de seu próprio lugar e do lugar do outro (PÊCHEUX & FUCHS, 1997, p. 54). Este é mais argumento contra a ideia de que um discurso implica meramente uma troca de informações entre A e B. O que ocorre, na verdade, é um complexo jogo de "efeitos de sentido" produzidos por F.Imgs ideologicamente condicionadas.

Estes conceitos da ADF são os mais importantes no percurso deste texto. Para entendermos melhor o discurso sobre o "novo" e a obsolescência, precisaremos entender COMO a mídia fala, de que lugar, que lugar atribui ao outro, que Fls trabalha, como trabalha cada FD da Fl do consumo, suas paráfrases, suas falhas, suas materialidades, suas condições históricas de produção, os silenciamentos, as ilusões 1 e 2, e muito mais, além de, certamente, buscarmos entender os efeitos polissêmicos que permitem derivas criativas que desestabilizam este discurso capitalista.

SUJEITO, POSIÇÃO-SUJEITO, E LUGAR DISCURSIVO

Como já vimos, o sujeito na AD é o sujeito do discurso. Em outras palavras, a própria constituição do sujeito se dá em relação ao social materializado no discurso, logo, o sujeito discursivo carrega marcas sociais, ideológicas e históricas.

De tantas formações discursivas existentes, de fato, o sujeito discursivo se constituirá no embate entre elas. Cada FD possui um conjunto de saberes necessários para a construção de suas delimitações, para seu saber-fazer.

Circunscrito ali, o sujeito discursivo passa por um processo de “incorporação-dissimulação” dos elementos do interdiscurso constituinte daquela FD. Enquanto incorpora os saberes constituintes de uma FD, este funcionamento dissimula a origem do próprio discurso, que agora lhe aparece como um dizer já-dado (PÊCHEUX, 1995), movimento este (de incorporar e dissimular) que se dá de forma inconsciente.

Pêcheux então insere o conceito de “posição-sujeito”, que, segundo ele, é relação de identificação entre o sujeito do saber e o sujeito enunciador (PÊCHEUX, 1995, p. 266): seria o instante em que o sujeito do saber fala. Mas fala de onde? Diferentes indivíduos, relacionando-se com o sujeito de saber de uma mesma FD, constituem-se sujeitos ideológicos que podem ocupar uma mesma ou diferentes posições (GRIGOLETTO, 2005, p. 2).

Na AD, como se sabe, o sujeito não é fonte do sentido. Este se dá num trabalho de redes de memórias, diferentes em cada Formação Discursiva, constituindo assim diferentes posições-sujeito, “resultado das contradições, dispersões, descontinuidades, lacunas, pré-construídos, presentes nesse discurso” (GRIGOLETTO, 2005, p. 3). Assim, se falamos da constituição do sujeito pela ideologia, a posição que o sujeito ocupa na sociedade é condicionante de seu dizer. Ora, quando se identifica com determinados saberes, o sujeito se inscreve numa FD, e neste instante ele se transfere do lugar social (sujeito empírico) para o lugar discursivo (sujeito do discurso), ou seja, o sujeito ocupa um lugar social/empírico, mas ao se subjetivar, passa a ocupar uma determinada posição no discurso (ORLANDI, 1999, p. 17). Este conceito de lugar discursivo tem íntima relação com o conceito de Formações Imaginárias (PÊCHEUX & FUCHS, 1997), ao dizer que, afinal, a posição que supostamente ocupa um sujeito é imaginária, bem como a que ele atribuirá ao seu interlocutor e vice-versa. Sobre esta passagem do lugar social (empírico) para o lugar discursivo (sujeito do discurso), Grigoletto (2005, p. 5) afirma:

Na passagem para o espaço teórico, no nosso caso, para o espaço discursivo, o lugar social que o sujeito ocupa numa determinada formação social e ideológica, que está afetada pelas

relações de poder, vai determinar o seu lugar discursivo, através do movimento da forma-sujeito e da própria formação discursiva com a qual o sujeito se identifica.

O sujeito fala de um lugar social específico, este afetado por diferentes relações de poder que constituem seu discurso. Assim, é mediante a prática discursiva que se estabiliza um determinado lugar social/empírico. Ou seja: o lugar de onde se fala constitui a posição social que um sujeito ocupa ao mesmo tempo em que permite a um sujeito, que ocupa uma determinada posição social, falar a partir de diferentes FDs, ou seja, de lugares discursivos diferentes. Obviamente que este lugar discursivo só existe no instante do discurso, e que também é um lugar imaginário. Importa-nos, afinal, entender que o lugar discursivo condiciona a posição-sujeito de um indivíduo - suas opiniões, argumentos, saberes e falas (GRIGOLETTO, 2005, p. 7).

2.2. O DISCURSO CINEMATOGRÁFICO

As teorias da linguagem, apesar de terem como objeto de estudo as linguagens em seu sentido mais amplo, ainda encontram dificuldades para constituir de forma mais segura um caminho para a análise do não-verbal e ainda de outras formas de linguagem além da língua escrita e falada. Sob o arcabouço teórico da Análise do Discurso Francesa, inaugurada por Michel Pêcheux, intentaremos neste texto discutir o papel da imagem - estática e em movimento - na produção de sentidos no discurso. De que forma ela comunica? Como se dá seu entrecruzamento com outras formas de linguagem tais como a música, ou o texto escrito e falado? Como dotar de opacidade a imagem, e enxergá-la como acontecimento?

A despeito da frequente aparição conjunta da imagem com a escrita, com a fala ou alguma outra sonoridade, a imagem possui uma matéria visual muito específica que a faz única enquanto materialidade discursiva. A imagem permite trabalhar o verbal e o não verbal, restituindo à materialidade da linguagem sua complexidade e multiplicidade de diferentes linguagens (ORLANDI, 1997, p. 34). Para avançarmos nos estudos da imagem discursiva, precisamos partir do conceito de "simbólico", que articulado com o político, trabalha na constituição do sentido, logo, do sujeito. Contudo este sujeito, em relação com uma materialidade discursiva (língua, imagem, etc.), somente constitui o sentido se dentro de uma inscrição ideológica e histórica.

Assim, importa-nos o trabalho da memória discursiva e das formações ideológicas - constituídas pelas formações discursivas (PÊCHEUX, 1995, p. 160), para que se possa analisar a imagem enquanto materialidade discursiva. A análise da imagem traz em si um conflito enunciativo entre o que se vê na superfície da tessitura visual da imagem e o que lhe está silente, abaixo desta superfície discursiva. Portanto, percebe-se aí o trabalho de ambos os esquecimentos (1: O esquecimento Ideológico que dá ao enunciador a ilusão de estar na origem do que diz. 2: O esquecimento parafrástico, que leva a

pensar que aquilo que foi dito só poderia sê-lo daquela forma (ORLANDI, 2005a, p. 35)) de forma mais intensa na imagem, pois que seu caráter de representação fiel e verdadeira de mundo faz parecer que o que ela diz é exatamente aquilo, que não existem derivas tampouco ambiguidades, desambiguizando outros sentidos que não aqueles enquadrados pela imagem. Assim, finalmente, para que sejam instauradas as interpretações sobre as imagens será necessário buscar suas regularidades não em seus produtos, mas sim nos seus processos de produção (PÊCHEUX & FUCHS, 1997, p. 78).

Sobre os processos de produção do discurso cinematográfico, tomaremos como ponto de partida a obra de Ismail Xavier intitulada "O Discurso Cinematográfico: a opacidade e a transparência", com edição de 2005. Esta análise de Xavier dos mecanismos de comunicação do cinema, desde o início, demonstra aproximações com a teoria Pechetiana, pois já em seu título se faz menção a discurso, opacidade e transparência: termos recorrentes e importantes dentro da ADF. Até mesmo outros conceitos, como ideologia, são abordados em sua obra:

No manifesto "Cinéma/ideologia/Critique" o referencial psicanalítico freudiano (via Jacques Lacan), próprio a Althusser, constitui a base para o ataque às "ilusões da consciência". E a noção de ideologia é formulada de modo a praticamente confundir-se com a percepção (= depósito das ilusões da consciência e lugar da criação de continuidade, teleologia e representações falsas do mundo). "Nesse sentido, a teoria da 'transparência' [...] é eminentemente reacionária: não é a 'realidade concreta' do mundo que é 'apreendida' por (ou melhor: que impregna) um instrumento não intervencionista, mas antes o mundo vago, informulado, não teorizado, impensado da ideologia dominante". As linguagens pelas quais o mundo fala (entre elas, o cinema) constituem a sua ideologia, pois, ao se expressar, o mundo aparece tal como é vivido e apreendido, isto é, na chave da ilusão ideológica. (XAVIER, (2008 [1977]), p. 148)

Xavier denota a diferença entre o cinema e a literatura. Em ambos os casos o narrador seleciona o que entra ou não na história. No entanto possuem materiais discursivos radicalmente diferentes: enquanto a literatura

mobiliza um material linguístico de flagrante convencionalidade, o cinema se concretiza através de uma soma de imagens supostamente realistas, numa continuidade espaço-temporal igualmente - e supostamente - coincidente com o mundo real.

Estas aproximações nos permitem adentrar sua obra tendo como fio condutor a ADF Pechetiana, mas o faremos com cuidado. A intenção é evidenciar os mecanismos técnicos da produção da imagem cinematográfica como ferramentas discursivas, o que nos daria novos substratos para avaliar as especificidades do cinema enquanto instrumento ideológico.

Ele inicia sua obra abordando a forma com que a semiótica de Pierce analisa a fotografia, o que, apesar de não interessar muito para este texto evidencia, no entanto, uma certa concepção "realista" da fotografia, pois que esta pressupõe a coisa real como sua possibilidade (XAVIER, 2005, p. 18). O realismo de uma fotografia está em que, a luz que incidiu sobre aquele objeto, naquele instante, naquele exato lugar, não afetou nenhum olho humano, mas sim a lente da câmera que o captou e de alguma forma registrou para uma eterna revisitação. A fotografia implica portanto uma "realidade tal como realmente é", em frente à lente, como possibilidade de fotografia. Se este realismo já é impressionante e suscitador de discussões na fotografia, Xavier afirma que ainda muito mais o é no cinema.

Uma película, segundo ele, parte de uma fotografia primeira que será dotada de um desenvolvimento temporal que lhe confere movimento. Se o realismo da fotografia era já celebrado a despeito de sua falta de movimento, o cinema toma a "realidade tal como realmente é" da fotografia e lhe adiciona temporalidade, uma multiplicação radical do poder de ilusão, o que ocasionou complexas discussões quando da origem do cinema, e o tema principal era "*a impressão de realidade do cinema*" (XAVIER, 2005, p. 19).

A curiosa discussão que já tomava forma nas décadas de 10, 20 e 30, é que o filme, sendo uma sucessão de fotografias, permite que uma sequência de fotografias seja interrompida e sucedida por outra que não tenha relação natural com a primeira. A relação entre duas sequências de

fotografias será imposta por duas operações básicas do cinema: a filmagem e a montagem: para onde a câmera "olhará" e COMO o fará? E ainda: como as sequências serão combinadas e ritmadas? A preocupação sobre uma possibilidade de manipulação da realidade já rondava os teóricos de então. O poder dado aos cineastas era demasiado e conflitos éticos já ocorriam.

Xavier aponta que estas discussões incidiram até sobre a produção cinematográfica da época. Noel Burch, crítico e teórico de então, colocou em questão o enquadramento da câmera, que por possuir um campo de abrangência menor do que o olho humano, ocultando coisas enquanto mostra outras, mira uma direção específica voluntariamente, omitindo outras possibilidades de ver e apreender aquele espaço (XAVIER, 2005, p. 18).

Este "espaço fora da tela" é copiosamente analisado pela ADF: os "espaços fora dos dizeres". Até este instante percebemos que o realismo de uma fotografia somado aos processos de filmagem e de montagem constituem um universo logicamente estabilizado, um mecanismo de silenciamento e estabilização de um único dizer que o faz parecer único: uma univocidade lógica. Nas palavras de Pêcheux:

[...] pois sempre há outros jogos no horizonte..., mas enquanto tal, seu resultado deriva de um universo logicamente estabilizado (construído por um conjunto relativamente simples de argumentos, de predicados e de relações) que se pode descrever exhaustivamente através de uma série de repostas unívocas a questões factuais (sendo a principal, evidentemente: "de fato, quem ganhou, X ou Y?") (2008, p. 22).

Esta univocidade lógica percebida na filmagem e na montagem também faz trabalhar o esquecimento número dois, da teoria Pechetiana. Trata-se de que, ao se preparar um enunciado, sempre o fazemos de uma maneira e não de outra, ocasionando uma impressão ilusória de que há uma relação natural e direta entre o pensamento, a linguagem e o mundo, quando na verdade não há (ORLANDI, 2005a, p. 35). O conceito de paráfrase também se desponta na medida em que "o que não está enquadrado" pela câmera diz

tanto quanto o que aparece, e é desta relação entre ditos e não-ditos parafrásticos que surge o efeito de sentido.

Queremos dizer que para nós, a produção do sentido é estritamente indissociável da relação de paráfrase entre sequências tais que a família parafrástica destas sequências constitui o que se poderia chamar a "matriz do sentido". Isto equivale a dizer que é a partir da relação no interior desta família que se constitui o efeito de sentido (PÊCHEUX & FUCHS, 1997, p. 169).

Sobre o "não dito" fora do enquadramento Xavier assinala que ele é constante pressuposto: a visão direta de um fragmento alude à presença de um todo que se desdobra para o espaço "fora da tela". Assim, o campo enquadrado tende a indicar sua própria extensão para fora dos limites do quadro, apontando para um espaço próximo e imediato não visível. Sobre isto Xavier cita André Bazin que afirma que os limites da tela não são os quadros, como normalmente se define, mas sim os "recortes" que mostram somente uma parte do real à sua frente (XAVIER, 2005, p. 21). A ideia de recorte é reforçada pelo próprio movimento da câmera que, ao recortar uma parte num dado instante, apresenta outras partes do todo com seu movimento, mas não todo o espaço: o movimento ainda é um recorte. Avanços e recuos, movimentos horizontais e verticais acabam, afinal, por omitir coisas em virtude de outras.

Estes aspectos são nítidos no cinema Naturalista (XAVIER, 2005, p. 41), que, afinal, faz trabalhar, como ferramenta ideológica, um sentido específico como sendo verdadeiro e único. A decupagem clássica, o método naturalista de interpretação dos atores e o enredo escolhido, propiciam um controle total da realidade criada pelas imagens no cinema naturalista, que, segundo Xavier, ainda é um dos estilos em franco uso. Tudo deve ser composto, cronometrado e previsto, ao mesmo tempo em que deve fazer transparente estes mecanismos de controle. No cinema naturalista tudo deve parecer verdadeiro através destes mecanismos de controle que apagam suas próprias existências.

Xavier define, neste instante, que fala de um naturalismo a despeito de qualquer estilo literário, e aponta para critérios de produção que intentam uma reprodução fiel das aparências imediatas do mundo empírico, a afirmação da ilusão de que o espectador está em relação direta com o universo representado, sem intervenções, *“como se todos os aparatos de linguagem utilizados constituíssem um dispositivo transparente (o discurso como natureza)”* (XAVIER, 2005, p. 43).

O modelo naturalista representa uma convergência radical entre a construção de um discurso que se quer transparente (efeito de janela/fluência narrativa) e a modelagem precisa de uma dupla máscara: para propor uma ideologia como verdade, tal máscara insinua-se na superfície da tela (produzindo os efeitos ilusionistas) e insinua-se, na profundidade e na duração produzidas por estes efeitos, produzindo as convenções do universo imaginário no qual o espectador mergulha (XAVIER, 2005, p. 46).

Xavier demonstra, ainda, a diferença entre uma tela de pintura e a tela do cinema. Numa pintura o retângulo da imagem é visto como uma espécie de janela que abre para um universo que existe em si e por si, embora separado do nosso mundo pela superfície da tela - uma espécie de vidro que nos separa “tátilmente”, mas não visualmente. Neste aspecto a obra de arte apresenta-se como microcosmo radicalmente separado do mundo real, embora tão próximo. A obra de arte era uma composição contida dentro dela mesma, com regras próprias. Apesar de contar sobre a realidade com mais intensidade do que a própria realidade, ela não tem nenhuma conexão imediata com o real: por que representa o real é que está separada dele, não pode ser a continuação do mundo (XAVIER, 2005, p. 22).

No entanto a janela cinematográfica, ao abrir para o mundo, possui forças que outras artes não possuem: subverte aquela segregação física e carrega o espectador para dentro da tela. Não se pode dizer que uma tela de Caravaggio também não o faça, contudo:

[...] o cinema constituiu-se uma arte que não observa o princípio da composição contida em si mesma e que, não apenas elimina a

distância entre o espectador e a obra de arte, mas deliberadamente cria a ilusão, no espectador, de que ele está no interior da ação reproduzida no espaço ficcional do filme (BALAZS, 1970, p. 50).

Este efeito aliciador do cinema tem grandes implicações para a AD. Para Pêcheux "o lugar de onde se fala" também fala. As "relações de forças" (ORLANDI, 2005a, p. 39) são ferramentas importantes para a propagação de uma Formação Discursiva, e neste sentido a posição de expectador passivo faz do sujeito um receptor ainda mais alienado numa determinada Formação Ideológica.

Xavier, citando Edgar Morin (XAVIER, 2005, p. 23), analisa os efeitos do processo de "Identificação/Projeção", onde o cinema se dá como a constituição de um mundo imaginário que vem transformar-se no lugar por excelência de manifestação dos desejos, sonhos e mitos do homem que, segundo Morin, se dão pela convergência entre as características da imagem cinematográfica e determinadas estruturas mentais de base. Assim, a identificação constitui a alma do cinema na medida em que materializa aquilo que a vida real não pode satisfazer. O cinema, portanto, é o antropomorfo ideal.

O que se vê nesta análise sobre o cinema, portanto, é o aumento do poder de uma Formação Discursiva para trabalhar sua Formação ideológica específica. Sob estes mecanismos cinematográficos supracitados torna-se natural o aparecimento de apenas um sentido nos filmes, documentários, textualizações midiáticas etc, marcando um impedimento para o sujeito conjecturar que os sentidos poderiam ser outros, diversos daqueles que se estabelecem como dominantes ou já legitimados. Tal como a ciência (PÊCHEUX, 2008, p. 31), o cinema instrumentaliza o real através de técnicas materiais que dirigem este real rumo aos efeitos "procurados".

O processo de identificação/projeção (Morin), como ferramenta de assujeitamento ideológico, faz o discurso cinematográfico circular uma suposta coincidência entre os atos de linguagem e os fatos puros, instalando o mote

da transparência e da univocidade, como se não existissem outros modos de dizer, relatar, contar, narrar fatos. Dessa forma, apagam-se os enunciados dos e sobre os equívocos - fissuras, sabotando a possibilidade de que a imprecisão, a inexatidão, os não-ditos e o silenciamento possam ser falados (PÊCHEUX & FUCHS, 1997, p. 149).

Vê-se, assim, que mesmo as constituições internas do cinema naturalista já reforçam o ideário de que existe uma correspondência, termo a termo, entre as cenas e o mundo, entre os relatos e os fatos. Visto dessa forma, o naturalismo cinematográfico reforça o lugar supostamente constituído pela ausência de sombras, em que as sequências de cenas ratificam os fatos, em que os relatos correspondem à verdade pura e em que um poder está permanentemente funcionando como uma credencial simbólica de verdade.

Resgatando novamente o conceito de "Formações Imaginárias" (PÊCHEUX & FUCHS, 1997, p. 82) para esta discussão sobre os mecanismos discursivos intrínsecos do cinema, vemos que na relação do cinema naturalista com o espectador (identificação/projeção, de Morin) temos duas posições em situação de assimetria: a primeira ocupa um lugar de poder, ou melhor, do poder de narrar a realidade com palavras sem sombras; ao segundo cabe o lugar, antecipadamente imaginado como espectador sempre consumidor, crédulo, voraz e necessitado de informações, que está sempre prestes a recebê-las, em qualquer tempo e lugar, em um fluxo contínuo de informação que não pode ser interrompido.

Ao saber-e-poder-a-mais (BUCCI & KEHL, 2004) da mídia (cinema) corresponde um suposto saber-e-poder-a-menos do espectador, combinando as seguintes imagens: à primeira está dada a potência de traçar relatos, escolher o que merece ser narrado, selecionar os fatos tidos como meritórios de destaque e fazê-los circular nas salas de cinema ao redor do mundo. E à segunda imagem cabe o papel de consumidor de um universo de informações que lhe moldam desejos e necessidades sempre perseguidas, que materializa aquilo que a vida real não pode satisfazer.

O próximo item a ser estudado é a "Decupagem" cinematográfica. Classicamente se diz que um filme é constituído por sequências menores, cada uma com sua função dramática específica. Cada sequência é, ainda, constituída por cenas ainda menores que, somadas, compõem uma unidade espaço-temporal. Assim, decupagem é o processo de decomposição do filme (sequências e cenas) até chegarmos a cada plano, que é um recorte que a lente faz do mundo (XAVIER, 2005, p. 28).

O plano, no entanto, corresponde a um determinado ponto de vista em relação ao objeto filmado, ponto de vista este que é manipulado pelos diversos tipos de movimento e enquadramento da câmera. Assim, cada plano já classificado e legitimado no cinema trabalha na condução do olhar do espectador, em constituição de ênfases, ritmo, composição, ocultamentos, etc. Plano Geral, Plano Médio, Plano Americano, Primeiro Plano, e seus movimentos Zoom In, Zoom Out, Fade In, Fade Out e outros (XAVIER, 2005, p. 29), são recursos técnicos intrínsecos ao cinema na construção da narrativa. Cada movimento de câmera "fala", cada enquadramento discursa. Cada plano enfatiza enquanto oculta, fala enquanto silencia. Cada movimento de câmera constrói certo ritmo na sequência de cenas que causa um efeito discursivo diferente. Todos os mecanismos de decupagem falam, mas falam com um poder de discursividade nunca imaginado. Sua antropomorfo(se) é assustadora: simula o olhar humano que, curioso, olha mais atentamente para um objeto em detrimento de outros, que se move em busca de algo que corre, que percebe um movimento e antecipa outros. E tudo isto somado á sonoridade também intrínseca, com efeitos semelhantes aos imagéticos: cada pequeno ruído é constituinte daquele discurso.

No entanto no cinema, através da decupagem, é a câmera que tem curiosidade pelo espectador: é ela quem antecipa os movimentos, que direciona os olhares, que diz o que é mais relevante. No filme os sons do mundo são manipulados e instrumentalizados segundo uma necessidade discursiva hermética. Assim, enquanto cria uma poderosa identificação do sujeito espectador com o microcosmo "além tela", assujeita o olhar do

espectador e o conduz a pensar exatamente o que a câmera escolhe olhar e de que forma olha e escuta. Através destes recursos cinematográficos ampliam-se as sensações dramáticas: o suspense, o medo, o sorriso, a satisfação, etc., são potencializados nesta soma de atuação (a encenação que devidamente ocorre), efeitos de decupagem e sonografia (XAVIER, 2005, p. 31).

Os recursos discursivos intrínsecos do cinema ainda não foram todos descritos. Nos falta estudar talvez o principal deles: a montagem. No teatro duas cenas são separadas por um intervalo para a preparação do novo cenário, no entanto, mesmo separadas, as cenas contam uma única história: somadas elas falam, cada uma sua enunciação, uma única grande fala. No cinema a montagem suprime este tempo de espera entre uma cena e outra, entre um espaço e outro. Inicialmente os filmes possuíam cenas mais longas, e os espaços dramáticos eram mais espaçados. Hoje é possível uma cena no Japão que volta rapidamente para outra na Austrália. No entanto, ainda mais assustador, numa mesma cena uma parte do cenário pode estar num lugar diferente do restante.

As regras de continuidade fazem funcionar uma combinação de planos que resulta numa sequência fluente de imagens que gradativamente dissolve a "descontinuidade visual elementar": reconstrói-se uma continuidade espaço-temporal a partir de fragmentos que não possuem relação natural alguma entre eles. A decupagem, usando a montagem, possui uma premissa constitutiva que estabelece uma lógica entre os fatos, relacionando fenômenos justapostos, todavia buscando uma neutralização da descontinuidade elementar, ou seja, dotando de transparência o efeito da montagem (XAVIER, 2005, p. 32). A realidade é perseguida mesmo nas mais absurdas tramas fantasiosas, e o ideal perseguido é o da plenitude de coerência na evolução dos movimentos ainda em sua dimensão física. Cada pequeno fragmento de cena é manipulado conferindo uma ordem narrativa e discursiva que manipula a atenção do espectador.

A crítica imanente na obra de Ismail Xavier é sobre o resultado final de uma sessão no cinema. Os elementos básicos e constitutivos do cinema

usados na intenção de alcançar o naturalismo e o realismo podem ser efêmeros: ao final da sessão a fantasia acaba e o dia seguinte, de trabalho, faz a realidade mostrar sua face desnuda. No entanto nesta sessão ideias foram trabalhadas e discursivizadas num altíssimo nível de identificação, jamais suposto por nenhuma outra materialidade discursiva. O cinema é uma realidade criada e controlada por imagens: tudo cronometrado, composto e previsto. Tudo isto acontece enquanto se trabalha outra força, inversamente proporcional, de invisibilidade dos meios de produção desta realidade: um sistema de representação da realidade que procura anular sua própria presença enquanto ordenador desta representação, que confere à representação não um carácter de simulação distorcida, mas uma cópia fiel do nosso mundo real (XAVIER, 2005, p. 41). Tal reprodução do real funciona como instrumento retórico. A reconstrução do real é feita com muito cuidado e zelo como que um respeito à verdade, que por sua vez tende a ser creditada ao filme. É como uma pedra escura mergulhada em tinta branca: o filme surreal, ao passar pelo manto de tinta branca, se reveste dela sem a ser (XAVIER, 2005, p. 42).

Xavier aponta que, neste aspecto, o problema da produção Hollywoodiana não está na fabricação de realidades, mas no método desta fabricação, bem como nas articulações deste método com os interesses ideológicos que guiam tais produções (XAVIER, 2005, p. 43). Esta preocupação do autor coincide com as da ADF, como já vimos. No entanto se faz importante evidenciar que os mecanismos internos da produção discursiva do cinema possuem poderes específicos de assujeitamento ideológico. Veremos, mais adiante, análises práticas de como o cinema discursiviza filiado a uma Formação Ideológica específica.



O DISCURSO SOBRE O "NOVO"

3. O DISCURSO SOBRE O “NOVO”

Faz-se importante salientar o percurso teórico que até agora percorremos. Este assunto já seria muito bem desenvolvido se permanecêssemos somente no campo da AD. No entanto, trouxemos outros elementos teóricos para enriquecermos a própria discussão que a AD faz sobre a ideologia capitalista e sobre o problema do consumismo na pós-modernidade.

Até aqui vimos um percurso teórico que passou pela análise ontológica da relação do homem com seus objetos possuídos, em Sartre: uma relação necessária ao homem e dotada de muitas significações. Percebemos também, através da inserção destes conceitos sartreanos (SARTRE, 1997) sobre o homem e o consumo, que a problemática do consumismo e da obsolescência dos produtos é mais complexa que a frequente (e muitas vezes *a priori*) relação “consumismo/mídia”. Outros elementos da ordem do histórico e do sujeito trabalham neste fenômeno social.

A seguir passamos pela teoria da liquefação, de Bauman (2001). Fluidez esta que, levada a níveis extremos em nossos dias, converte todas as relações sólidas em fluidas, e a tudo faz velho antes de realmente o ser. Neste percurso detectamos a relevância da palavra ‘novo’ para a compreensão desta temática. Como vimos, a liquefação social teve início no Renascimento cultural do século XV, aproximadamente 400 anos antes da invenção do cinema, e mais alguns antes da televisão e da internet. Já que estamos falando de movimentos sociais anteriores à mídia contemporânea, como delimitar com segurança o papel de parte da mídia na questão da obsolescência?

Para responder a esta pergunta recorreremos novamente aos conceitos pechelianos para a compreensão dos processos de constituição dos sujeitos - seres sociais construídos a partir de uma identificação mediante uma interpelação, um discurso, ou seja, um efeito de sentido entre outros sujeitos, que se dá ideologicamente por sua inscrição numa dada Formação Discursiva

(ORLANDI, 2005a). O sujeito ocupa uma posição no espaço social, e a partir desta posição produz um discurso condicionado por um lugar e tempo histórico, cujo contexto é marcado pelos discursos dos outros.

Imerso neste jogo de ideologias com distintas formações, o que se vê é que o sujeito tem sua identidade construída discursivamente, o que nos impele a pensar e analisar com atenção os produtores dos discursos que os interpela. A relação entre sujeito, discurso e ideologia é demasiado estreita. Assim convém aprofundar nesta reflexão destacando o papel da linguagem na constituição de identidades nos sistemas de significação que as compõem, destacando o papel dos meios de comunicação em massa como propagadores de discursos. Quem é que “fala” nos meios de comunicação em massa? De quem é a voz por trás de cada filme? Qual o peso desses discursos na constituição de cada sujeito? Esses discursos propagados na mídia atuam diretamente no modo como os sujeitos – ao se reconhecerem como tais: “sim, esse sou eu” – são recrutados para ocupar certas “posições-sujeito” (WOODWARD, 2000, p. 59), convocados a assumir seus lugares como os sujeitos sociais de discursos particulares, num processo de produção de subjetividades, “que nos constroem como sujeitos aos quais se pode falar” (HALL, 2000, p. 112).

Logo, o papel da grande mídia (a de cunho nitidamente capitalista) na constituição da identidade do sujeito, em nossos tempos modernos, cresce conforme se expande o alcance, a intensidade e o poder dos sistemas culturais midiáticos. Hall (2000) afirma ainda que os meios de comunicação definem - e não simplesmente reproduzem - a realidade.

Na pós-modernidade líquida, no entanto, percebe-se um processo de fragmentação do indivíduo em múltiplas “posições-sujeito” (ESCOSTEGUY, 2001, p. 39). Efeito da liquefação social: a substituição das antigas identidades por novas formas de ser, estar e agir no universo social. Resgatando Bauman, vemos que esta fluidez na sociedade do consumo eleva a rivalidade interindividual acima mesmo da riqueza e do poder, transformando estes em símbolos (BAUMAN, 1989, p. 94). Em termos pechelianos vemos então um

conflito entre as posições-sujeito se intensificando numa contemporaneidade onde a maioria das Formações Ideológicas e das Formações Discursivas circunscrevem o sujeito na sociedade enquanto sujeitos em competição por uma “posição-sujeito de destaque”, uma cuja voz seja ouvida e respeitada.

Eis o papel da *grande-mídia* (nem toda a mídia reproduz este sistema) na obsolescência dos produtos: apresentar um universo idílico em que a “posição-sujeito” relevante sempre se relacione com uma materialização do *novo* em cada produto, lugar e pessoas com que este coexista. Logo, o papel desta grande-mídia no envelhecimento precoce de toda sorte de produtos é meramente “apresentar o *novo*”, assujeitando o indivíduo enquanto “competidor por uma posição-sujeito de destaque”, posição esta determinada pelo poder de “descarte” e “compra” que um indivíduo possui. Mas o *novo*, para ser *novo*, deve ser um *novo* que nos escapa, sempre alguns instantes à nossa frente: quanto mais próximos dele, quanto mais formos vistos e relacionados com o *novo*, maior a relevância e o poder de conquista de uma posição-sujeito relevante. O enunciado do *novo* permeia grande parte das Formações Discursivas e Ideológicas da contemporaneidade. O *novo* está nas religiões, na política, nas relações interpessoais, nos saberes científicos, no cinema, nas canções populares e obviamente no mercado consumidor de produtos.

Não seja visto com algo velho: é a nova ordem social e discursiva. Livre-se dele com prazer e gozo. Atente-se ao *novo* e persiga-o. É com ele que você comporá um sujeito competitivo e pronto para ocupar uma posição-sujeito de destaque. Eis aí a obsolescência fluída na pós-modernidade: para compor um sujeito sempre “novinho em folha” (BAUMAN, 2007, p. 8), é preciso descartar tudo o que já não seja extremamente novo, ou seja, a relação do homem já não é mais com o mundo e suas materialidades, mas sim com o “novo” que se materializa-escapando nos objetos, pessoas, lugares, saberes, etc. O que buscamos são pistas discursivas que revelem esta grande Formação Ideológica capitalista de nosso século que transforma o consumo em consumismo; um movimento de perene perseguição do “novo”, que faz efêmeras todas as relações do homem com o mundo.

3.1. METODOLOGIA DE ANÁLISE

Como captar este enunciado sobre o “novo” que circula pelas mais diversas Fls e FDs? Os dizeres sobre o novo e a obsolescência estão em todos os lugares: nas propagandas, nos palanques políticos, na moda, nos púlpitos religiosos, nas escolas, na produção científica, etc. Vale lembrar que é neste jogo entre Fls e FDs que o sujeito se constitui e que suas posições-sujeito são condicionadas, e tudo isto passando e se materializando na língua. A língua faz sentido por ser histórica e por possuir regularidades sintáticas e enunciativas. Esta historicidade traz consigo as ideias de “memória” e de “ideologia” numa imbricada relação com o sujeito (ORLANDI, 2005a, p. 19). Assim, nossa intenção nesta dissertação é buscar por pistas discursivas que revelem o enunciado sobre o “novo” no interdiscurso e na ideologia capitalista: condições de produção que condicionam o sujeito enquanto “sujeito consumidor”.

Pêcheux ressalta, como já vimos, que sua teoria tem grande comprometimento com a análise, e para tanto ele desenvolve um “dispositivo de análise” que se soma a um “dispositivo teórico”, como veremos. Ao contrário da transparência decorrente do efeito da ideologia, a língua não é transparente, e sua opacidade é o objetivo do analista.

A prática de leitura proposta por Pêcheux, que constitui propriamente a Análise de Discurso, expõe o olhar leitor à opacidade (materialidade) do texto, objetivando a compreensão do que o sujeito diz em relação a outros dizeres, ao que ele não diz (ORLANDI, 2005c, p. 11).

Através da AD intentaremos, portanto, compreender “COMO” objetos simbólicos específicos produzem sentidos, analisando os efeitos de sentido através do gesto de interpretação. A AD não para na interpretação, mas trabalha seus limites e mecanismos como partes constituintes no processo de significação (ORLANDI, 2005a, p. 26).

Este limite entre a responsabilidade do analista e o devido comprometimento com a teoria da AD se dá na distinção entre Dispositivo Analítico e Dispositivo Teórico: o primeiro é de responsabilidade do analista e o segundo deriva da sustentação no rigor do método e no alcance teórico da Análise de Discurso. O que é da responsabilidade do analista é a formulação da questão que desencadeará a análise. Cada análise pede que o analista, de acordo com a pergunta que ele concebeu, mobilize conceitos que outro analista não mobilizaria, face às suas próprias questões. Por isso distinguimos o “Dispositivo Teórico” (que será sempre o mesmo) do “Dispositivo Analítico” (este construído pelo analista a cada análise) (ORLANDI, 2005a, p. 27). A pergunta é de responsabilidade do pesquisador, e será essa pergunta que organizará sua relação com o discurso que resultará na construção de um dispositivo analítico específico.

Assim, segundo Mittmann (2005), na AD a metodologia de análise é concomitantemente aberta a possibilidades múltiplas, mas firmemente alicerçada numa teoria particular. De acordo com o recorte teórico-metodológico realizado pelo analista diferentes caminhos poderão ser seguidos. O objetivo da análise dentro da AD não é fazer uma descrição do texto nem uma análise de conteúdo, mas teorizar sobre o discurso escolhido, tomando um corpus como unidade linguística para a análise do funcionamento do discurso, olhando suas condições de produção, sua historicidade e a posição-sujeito do enunciador. Ressalta-se também o fato de que não se efetua uma análise exaustiva que tente dar conta de todos os aspectos envolvidos no questionamento estabelecido pelo analista: intenta-se trabalhar profundamente sobre alguns aspectos discursivos inter-relacionando noções teóricas pertinentes.

Para captar um enunciado que permita a devida relação teórica com o discurso, o analista fará o trabalho de pinçar, de todo o interdiscurso, recortes que evidenciem a intersecção do Dispositivo Teórico no Dispositivo Analítico, ou seja, da teoria do discurso com o referencial teórico escolhido pelo analista. Isto será feito a partir de “buscas, resgates, selecionamentos,

isolamentos, relacionamentos, agrupamentos e organizações de recortes de textos” (MITTMANN, 2005).

Este acontecimento discursivo que procuramos, o “novo, na mídia, trabalhando na obsolescência dos produtos”, será “apreendido na consistência de enunciados que se entrecruzam em um momento dado” (GUILHAUMOU, 1997). Ou seja, este gesto de análise não é linear: se dá em idas e vindas, nos ecos em outros discursos e ainda noutros campos discursivos (MITTMANN, 2005). Este movimento de idas e vindas, aliás, é também a forma com que buscaremos pelas polissemias e pelas paráfrases que marcam a criatividade e a produtividade discursiva (ORLANDI, 1984).

A despeito deste gesto de análise surge a pergunta: como captar enunciados consistentes que entrecruzem os elementos teóricos erigidos a partir da questão desta dissertação? Para pinçar uma materialidade discursiva que evidencie o “como”, do fazer-sentido, precisaremos passar desta segmentação teórica para o recorte, em termos de operação; e da frase para o texto, em termos de unidades (ORLANDI, 1984, p. 14). Em outras palavras, passaremos para a relação entre as partes e o todo. Orlandi afirma ainda que os recortes são unidades discursivas, ou seja, fragmentos correlacionados de linguagem-e-situação: cada recorte é um fragmento da totalidade da situação discursiva. Através da ideia de recortes se faz trabalhar o conceito de polissemia (ORLANDI, 1984, p. 20), ou seja, um recorte não é uma mera informação, mas interação e confronto de interlocutores no próprio ato de linguagem. Logo, não existe um sentido nuclear hierarquicamente mais importante: na verdade todos os sentidos são possíveis. Mesmo que exista uma predominância de um sentido, o eco dos demais sempre se fará presente no instante da análise: daí a polissemia.

A este recorte daremos o nome de corpus, e como já vimos, sua escolha é de vital importância para o gesto de interpretação de um discurso. A seleção do corpus é feita a partir da pergunta estabelecida pelo analista (MITTMANN, 2005). Em nosso caso: qual “o papel da mídia na obsolescência dos produtos?”. Essa pergunta servirá de fio condutor no processo de

“pinçamento” de uma materialidade que evidencie esta pergunta em relação ao referencial teórico percorrido - neste caso, a questão da posse/consumo (Sartre), e a questão da modernidade líquida (Bauman).

Feito o recorte (delimitado o corpus), passaremos por processos de desmembramentos que revelam nuances escondidas e silenciadas nos interiores de cada formulação linguística: são polissemias reveladas que nos conduzirão até uma possível Formação Discursiva – um movimento de análise que exige cautela, como afirma Mittmann (2005):

Não há relação natural entre a formulação linguística e o enunciado de uma Formação Discursiva. Também aqui é preciso trabalho, análise, teorização. Qual é o limite de uma Formação Discursiva? Este limite será determinado pelo histórico, pelos conflitos com outras Formações Discursivas, pela relação com a Formação Ideológica. Ou seja, pelo conjunto de saberes, pelo que pode, não pode, deve, não deve ser dito. Das relações de aliança, oposição, apagamento, sobreposição entre saberes e enunciados é que surgem as formulações, os ditos e os não ditos. Mas essas relações não são óbvias ou transparentes. É a partir da teorização, com base no quadro epistemológico, que o analista de discurso observa/efetua as relações e delimita o grupo de enunciados pertencentes a uma Formação Discursiva.

Neste movimento de idas e vindas do recorte ao todo, passando pelas teorizações incluídas pelo analista, vamos respondendo várias perguntas pertinentes ao gesto de interpretação, este originado pela primeira pergunta direcionadora (MITTMANN, 2005). Algumas das pistas que devemos buscar: tais formulações foram produzidas a partir de uma mesma posição-sujeito? De que FD fala cada posição-sujeito? Falam a partir de uma mesma FD? De uma mesma FI? Que relações de sentido são aí estabelecidas? Que efeito-sujeito é construído aí?

O que faremos agora, portanto, será buscar por uma materialidade discursiva que nos permita este ir-e-vir na busca por pistas que nos revelem suas condições de produção. Esta materialidade em si já consiste um recorte, uma unidade discursiva que é um fragmento do todo. No entanto no interior

deste recorte ainda outros serão feitos: enunciados pinçados por um gesto de leitura que sai em busca de um objeto teórico-reflexivo que evidencie os sentidos e os não-sentidos daquele texto em relação aos vários discursos possíveis (MITTMANN, 2005).

Faz-se importante ressaltar também que a análise que faremos usará o método da Análise de Discurso de Michel Pêcheux, ou seja, não buscaremos por pistas que não sejam discursivas e nitidamente circunscritas numa ideologia. Nossa busca é pelo Discurso sobre o “novo”, e não por sentidos isolados de uma ou de um conjunto de cenas. Não faremos uma típica análise fílmica, nos deteremos a analisar COMO estas materialidades discursivas trabalham o discurso da obsolescência neste início do século XXI.

3.2. O “CORPUS” DE ANÁLISE

Com que frequência, intensidade e clareza o enunciado sobre o “novo” permeia os discursos midiáticos? Se tentássemos partir pelas consequências, no caso, o intenso consumismo do século XXI, poderíamos dizer que este discurso não é só frequente, mas quase hegemônico. No entanto não podemos afirmar isto com precisão. O que podemos é analisar materialidades discursivas específicas e buscar nelas por pistas que evidenciem o que discutimos em nosso referencial teórico, ou seja:

- 1- A importante relação ontológica do homem com os objetos;
- 2- A relação do homem com os objetos na modernidade sólida;
- 3- A relação do homem com os objetos na modernidade líquida;
- 4- A competição interindividual por uma destacada posição-sujeito;
- 5- A materialização do “novo” e a obsolescência dos saberes.

O ato de elencar materialidades discursivas que dialoguem com nossa hipótese já consiste, em si, num ato político. O analista também é assujeitado ideologicamente, logo, escolher algumas materialidades implica deixar de lado infinitas outras, e este ato mesmo de silenciar outras tantas vozes já diz muito sobre este texto.

Buscamos por materialidades discursivas que evidenciem a competição interindividual manifesta na relação/competição dos sujeitos com objetos possuídos, onde a busca do sujeito por manter-se “novo” passa pela relação que deverá manter com objetos “novos”.

Todavia, como fora visto, estas relações do homem com os produtos tecnológicos e com os saberes nem sempre foram assim, tão efêmeras. E para mostrar esta transição das relações na modernidade sólida para a modernidade líquida, buscaremos por uma materialidade discursiva que demonstre o contexto histórico do final do século XIX e início do século XX, tendo sido produzida nesta época: época de profundas transformações sociais, onde, segundo Bauman (2001, p. 89) as relações eram mais duradouras e sólidas, e a liquefação das relações ainda era controlável. Esta primeira

materialidade discursiva analisada será o filme “A última gargalhada” (DER LETZTE MANN. Direção: F. W. Murnau. [Mudo]: Universum Film, 1924. (90 min)). Nele veremos um homem que traça uma profunda e importante relação com um uniforme de trabalho, revelando a solidez de várias outras relações sociais como emprego, família, vizinhança, etc.

Logo depois analisaremos uma campanha de propaganda da empresa de tecnologia de processadores Intel; sua nova tecnologia Ultrabook faz com que tudo mais ao redor fique velho, mesmo que ainda esteja em perfeitas condições de uso, e mereça ser descartado. Nesta campanha publicitária buscaremos por pistas discursivas que mostrem a competição interindividual - por lugares-discursivos - materializada na relação do sujeito com os objetos que possui. O elemento discursivo “propaganda” deve ser analisado por figurar com grande frequência nas mídias digitais do século XXI. E apesar da nítida intenção em vender um produto através de um conceito, o poder de assujeitamento da propaganda ainda é pouco estudado na AD.

Assim, ao tomarmos propagandas como objetos de análise, consideraremos fundamentalmente enquanto texto (objeto simbólico) cujos sentidos podem estar silenciados, ou ainda, que poderiam ser ditos de outra forma. Dentre os possíveis recortes e caminhos na intenção de compreender como tais textos produziram sentidos, miramos a discussão “discurso, sujeito e ideologia”. Na perspectiva da AD, o texto é o que permite acesso ao discurso. E este faz parte de FDs específicas, ou seja, de conjunto de enunciados marcados pelas mesmas regularidades, pelas mesmas “regras de formação”, condicionando o que pode e deve ser dito a partir de um lugar discursivo historicamente determinado. Estes mecanismos, afinal, trabalham fortemente o assujeitamento numa sociedade hipermidiatizada, pois a construção do “real”, neste início do século XXI, acaba se submetendo a uma hipereposição de dizeres filiados a uma ideologia específica, qual seja, a do consumismo, da competição interindividual, e da obsolescência.

Este mesmo texto (sobre o novo e a obsolescência) pode aparecer em formações discursivas diferentes, acarretando, com isso, variações parafrásticas

de sentidos. Essas FDs, por sua vez, em relação com FIs constituídas por um conjunto complexo de atitudes e representações que não são nem individuais, nem universais, dizem respeito às posições de cada classe em conflito umas com as outras. Cada FI, dessa maneira, pode compreender várias formações discursivas interligadas. Assim, o enunciado sobre o “novo” aparece, além das propagandas que incentivam o consumismo, nas ciências, nas religiões, nos dizeres jornalísticos, etc., reforçando o ideário da competição interindividual por uma posição-sujeito de relevância.

E finalmente analisaremos o longa-metragem “O diabo veste Prada” (THE DEVIL WEARS PRADA. Direção: David Frankel. [Leg.]: Wendy Finerman, 2006. (110 min)). Esta será a análise na qual nos deteremos com mais atenção e afinco. E qual o motivo?

O tema “moda” se faz pertinente para esta discussão, pois evidencia de forma mais clara e direta todos os conceitos que até agora tratamos. No universo da moda vemos a questão da coexistência do homem com os objetos possuídos, no caso deste filme, a coexistência do indivíduo com a roupa que usa, formando com ela um único ser que se faz linguagem ao outro que lhe objetiva (SARTRE, 1997, p. 724). Vemos também a questão da competição interindividual que exige a capacidade e o gozo por se desfazer de tudo o que está “fora do tempo” (BAUMAN, 2001, p. 18), um sujeito pós-moderno sempre em busca do novo. Na moda estão em funcionamento vários conceitos da Análise do Discurso de Pêcheux: memória discursiva, ideologia, assujeitamento, os silenciamentos, os furos, tudo isto em dezenas de formas de materialidades discursivas, como as revistas de moda, as propagandas, os desfiles, os universos logicamente estabilizados dos shoppings, dos salões de beleza, etc.

A moda, no entanto, a despeito de sua conceituação mais próxima do universo dos vestuários se circunscreve em vários outros campos: a moda está nos veículos, nos eletrônicos, na arquitetura, na música, no cinema, na ciência, nas religiões, nas dietas e nos jogadores de futebol. Está em tudo. Observarmos a questão desta dissertação a partir do universo da moda é

irmos ao cerne da questão da obsolescência dos produtos em geral. É sob o ideário da moda que a pós-modernidade faz velho um veículo ainda em perfeitas condições de uso, um computador ainda operante, uma roupa recém-comprada, um celular sem nenhum risco ou um sapato nunca usado. E foi para verificarmos com mais profundidade esta questão que resgatamos os conceitos de Sartre e de Bauman para esta dissertação, para que os captássemos nos discursos pós-modernos. Logo, a moda (vestimentas) se faz um campo pertinente para adentrarmos, na intenção de captar como ele faz trabalhar um discurso que assujeita o cidadão pós-moderno como sujeito consumidor sempre apto a se desfazer de tudo em busca do “novo”.

Poderíamos analisar revistas de modas, desfiles, programas televisivos, e outras materialidades, no entanto optamos pela materialidade discursiva cinematográfica em virtude de seu poder de assujeitamento, como vimos anteriormente no capítulo sobre a análise de Ismail Xavier. E um dos poucos filmes que trata a questão da moda de forma séria (apesar de se enquadrar como um filme de comédia/drama) é a película “O diabo veste Prada”. Outra pertinência desta película foi sua bilheteria e aceitação junto ao público e crítica: em outras palavras, um filme de sucesso e grande penetração social.

Neste filme o enredo, os personagens, os enquadramentos, os planos e os dizeres fazem evidentes muitos conceitos que nos interessam nesta dissertação. Diálogos riquíssimos para esta temática são apresentados, além de elementos discretos que discursivizam com muita eficácia sob uma nítida filiação ideológica capitalista e consumista.

Realizado por David Frankel, esta película conta com as participações de Meryl Streep e Anne Hathaway como protagonistas, contando também com Emily Blunt, Stanley Tucci, Gisele Bündchen, Heidi Klum e Valentino. Meryl Streep é Miranda Priestly, uma poderosa mulher do mundo da moda, editora da revista Runway (revista de moda), e Anne Hathaway é Andrea Sachs, a sua nova secretária.

Este filme é pertinente para a discussão proposta por esta dissertação por passar nitidamente pelos vários conceitos até então aqui tratados. Nele

podemos captar a questão da competição entre posições-sujeito, a liquidez nas relações pós-modernas, a composição (coexistência) do sujeito com o que ele veste, faz, possui, etc., e finalmente, como tudo isto trabalha na questão da obsolescência dos produtos (um sujeito que coexiste com suas posses, imerso numa sociedade em que impera a competição entre “posições-sujeito”, não pode ser visto coexistindo com objetos obsoletos, mas sim buscando o novo e descartando o velho com facilidade e gozo).

Através dele também podemos ver o funcionamento do discurso sobre o “novo”. A formação ideológica a que o filme nitidamente está filiada trata, através dele, do assunto de forma séria, mas sem a rigidez de um drama. Rechaça excessos, mas enuncia “o seu próprio equilíbrio”, um equilíbrio dentro de uma FD específica, mas isto será visto mais adiante.

Nitidamente hollywoodiano, o filme fala a partir de um lugar onde impera a moda, a ostentação, as pessoas bonitas e modernas, a hipere Exposição e a competição por prêmios, dinheiro e destaque. Meryl Streep, por exemplo, é a atriz que fora mais vezes indicada ao Oscar – dezessete vezes; sempre atua em papéis sérios, dramáticos e consistentes. O IMDB a descreve como sendo uma das maiores atrizes vivas, meticulosa e perfeccionista. Anne Hathaway, por sua vez, é jovem, bonita, e considerada por todos em Hollywood como “menina simpática”. Segundo o IMDB, em 2006 ela apareceu pela primeira vez entre as cinquenta pessoas mais bonitas do mundo, segundo a revista People. E em 2010 foi nomeada uma das mulheres mais sexys do mundo. Sempre aparece vinculada com obras e instituições de caridade, frequenta grupos feministas e comoveu a muitos quando seu marido italiano foi preso. Figura hoje entre as atrizes mais bem pagas de Hollywood, segundo o mesmo site. O diretor, David Frankel, americano, é também roteirista e produtor executivo. Ele é o filho de Max Frankel, ex-editor executivo do The New York Times, dirigiu a consagrada minissérie americana “Band of Brothers”, o filme “Marley e Eu”, e outros filmes com boa bilheteria. E não poderíamos deixar de ressaltar a participação especial de Gisele Bündchen, a

estrela maior de todo o universo da moda e mais bem paga modelo de todos os tempos.

Assim, neste movimento de idas e vindas entre referencial e análise, este filme se mostrou adequado para vermos o funcionamento discursivo que trabalha a questão da obsolescência dos produtos nesta pós-modernidade capitalista consumista. Tentaremos, no entanto, ultrapassar a linha de análise de certo discurso acadêmico que, determinando a priori o capitalismo como um vilão, não permite que cada um, cada sujeito em sua posição, se enxergue no capitalismo consumista e perceba que ele mesmo compõe este todo.

3.3. ANÁLISE: “A ÚLTIMA GARGALHADA”

O filme “A última gargalhada” (DER LETZTE MANN. Direção: F. W. Murnau. [Mudo]: Universum Film, 1924. (90 min)) se faz importante para esta análise. Este filme fora produzido no entre-guerras, numa complexa Alemanha derrotada e confusa (BEEVOR, 2005), com graves crises financeiras e políticas. Com a inflação alta, o desemprego e a expansão da miséria, os alemães de então eram obrigados a se agarrarem fortemente a qualquer chance de estabilidade e segurança. Um quadro não diferente de muitos outros países (NOLAN, 1994). Nesta mesma década os Estados Unidos caíam na pior crise financeira de sua história, o que se reverberou na economia global atingindo regiões do globo com intensidades diferentes.

É neste contexto histórico que “DER LETZTE MANN” fala. E seu discurso evidencia uma ideologia diferente da que vemos no século XXI, ideologia esta que revela, por sua vez, formas diferentes de conceber o real, o social e o político de uma época com valores distintos, por vezes estranhos e desconhecidos à nossa geração consumista. O filme conta a história do já idoso porteiro do hotel Atlantis, que, ao demonstrar cansaço por conta de sua idade, é afastado da função que tanto gostava. O que mais o afeta é ter que devolver seu uniforme, que lhe conferia distinção e respeito no bairro onde morava. Por conta disso ele resolve entrar no hotel, pela noite, e furtar o que uniforme que lhe pertencera durante anos. Trapalhadas acontecem, sua esposa descobre e ele fica em má situação. No final, uma reviravolta acontece e ele se torna rico por acaso.

O que nos interessa neste filme é evidenciar a relação do porteiro com seu uniforme, um extrato da concepção do sujeito do início do século XX em sua relação com os objetos que possuía. Observando esta relação porteiro/uniforme, buscaremos por pistas discursivas que evidenciem os lugares discursivos e suas posições-sujeito, percebendo traços da ideologia dominante, sempre olhando para a temática da obsolescência (novo-velho).

Iniciemos distinguindo as duas posições-sujeito do porteiro. Em seu local de trabalho ele é um mero serviçal que realiza trabalhos pesados para garantir o bem estar dos hóspedes. Lá também ele é submisso a um homem mais jovem, uma espécie de gerente do hotel. Ali seu uniforme é uma marca de submissão e serviço, e ele se coloca sempre numa posição-sujeito inferior à dos clientes e de seus superiores, uma hierarquia que funciona pelas vias das Formações Imaginárias.



Fora do trabalho, ele é outro homem. O cortiço onde mora evidencia a dificuldade financeira de todos ao seu redor. Assim, no contexto do cortiço ele assume outra posição-sujeito, pois, sendo o único a possuir um emprego fixo, torna-se um sujeito que ocupa um lugar social e discursivo de destaque. Na imagem abaixo vemos o instante em que ele chega do trabalho: todos param o que estão fazendo para cumprimenta-lo. Alguns parecem até fazer reverência, as crianças lhe gostam, os homens e as mulheres lhe respeitam.



Fica evidente que os fatores que marcavam um lugar social e discursivo destacado, naquela época, eram a solidez do emprego, a estabilidade financeira, uma duradoura identidade de homem respeitado, etc. Num período que a modernidade era um pouco mais sólida (BAUMAN, 1998, p. 18), os valores ideológicos eram fundamentados na durabilidade das relações: familiares, empregatícias, sociais, etc. Ao lado destas pistas discursivas, percebidas nesta película, podemos relacionar fatos históricos que corroboram para a detecção de uma Formação Ideológica que privilegiava não o “novo” e sua rápida obsolescência, valorava sim a perpetuação segura das relações. O medo do pós-guerra e as inseguranças financeiras e sociais impeliam o sujeito de então à segurança da estabilidade e da cautela (BAUMAN, 2008b, p. 88).

Qual a importância destes dados para nossa discussão? Ora, no filme “A última gargalhada” o porteiro desenvolve uma profunda e duradoura relação com seu uniforme. Esta vestimenta, dotada de significações múltiplas, emprestava seus significados para o porteiro, coexistiam e se criavam a todo instante (SARTRE, 1997, p. 723). Pode-se dizer que o porteiro gozava dos benefícios ontológicos que Sartre propõe quando da relação duradoura com outros “seres” do mundo, ou seja, o benefício da estabilidade ontológica. Embora se apresente como relação fracassada, adiante, esta relação do homem com o mundo lhe constitui:

E é a soma de todas estas relações que constituem (também) o sujeito, pois será socialmente que estas atividades e posses serão valoradas e significadas, ainda dentro de um contexto histórico e discursivo circunscrito numa memória social (DAVALLON, 2010, p. 25).

Enquanto caminha pela cidade em seu uniforme, o porteiro se porta com distinção e elegância, e mesmo homens vestidos em trajes de gala lhe demonstram respeito, como se vê nesta cena.



O porteiro trabalhou naquele hotel durante anos, mas agora está realmente ficando velho, cansado, e já não consegue carregar uma bagagem pesada. É só então que ele será transferido de cargo, mas contra sua vontade. Nitidamente sua intenção era permanecer naquela função de forma estável. Ao receber a notícia de que será rebaixado a camareiro, o que mais lhe causa dor é o fato de que perderá seu uniforme, aquele que lhe conferia distinção e destaque quando chegava a seu bairro. Praticamente impossibilitado de retirar de si o uniforme, recebe ele uma ajuda forçada.



Com estes dados podemos discutir a relação do porteiro com seu uniforme por outra perspectiva. Numa dada formação social, aquele uniforme significava segundo os saberes de uma formação discursiva específica, qual seja, a FD dos dizeres que povoavam o cortiço onde morava. Ali seu uniforme significava estabilidade e segurança financeira e familiar, ao contrário da

significação atribuída àquele uniforme quando no trabalho, frente a homens e mulheres ricos que lhe tinham apenas como serviçal.

Ao coexistirem (homem/uniforme), o significado de ambos é que assujeitava o sujeito como porteiro, que numa determinada FD significava carregador de malas, condutor de hóspedes, serviçal para serviços gerais como proteger os hóspedes da chuva enquanto ele mesmo se molha, chamar um taxi, etc. Ou seja, não somente seu uniforme lhe assujeitava enquanto porteiro, mas a soma de todos seus afazeres, posturas e dizeres, que, segundo Sartre, compõem o sentido do homem que executa, possui, diz, sabe, etc., aquele conjunto de seres e não outros (SARTRE, 1997, p. 572). No entanto, noutra FD, o significado daquele uniforme era diferente, com ele o porteiro assumia outra posição-discursiva, e mesmo sua posição-sujeito sofria transformações. Ainda era porteiro, mas não o mesmo porteiro visto na frente do hotel. Ali, no cortiço - apesar de saberem o que significava ser porteiro, num hotel genérico - seu uniforme lhe conferia distinção e destaque, e mesmo um grande respeito. Ali o conjunto de elementos que significavam o porteiro eram outros: o uniforme permanecia, mas já não carregava malas nem falava a partir de uma posição-discursiva inferior, como no hotel. No cortiço, ele assumia uma posição-sujeito ligeiramente transformada: ainda era o porteiro, mas um porteiro de vida econômica estável e segura, uma posição-sujeito respeitada e invejada pelos demais.

O que queremos dizer com isto é que seu uniforme se apresenta como um importante fator de assujeitamento, no entanto ressaltamos que o mesmo uniforme significa diferente e assujeita diferente em FDs diferentes. Davallon (DAVALLON, 2010, p. 26) nos fala sobre objetos culturais que funcionam como operadores de memória social, em outras palavras, pode-se dizer que um simples uniforme faz funcionar uma rede múltipla de significações a partir de memórias sociais diferentes, fazendo funcionar discursos diversos numa ou noutra FD. O que percebemos é que o discurso sobre o “novo” não povoava as FDs do início do século XX; quando o porteiro

perde seu uniforme, ele se faz capaz inclusive de roubá-lo, para manter com ele sua relação.



O discurso vigente era o da segurança e da estabilidade, da durabilidade das relações, e não havia espaço para o “novo” desenfreado na Formação Ideológica de então. Este discurso instigava relações duradouras do homem com os objetos possuídos, e com a posição-discursiva que ele ocupava. Os objetos significavam mais do que a mera função de uso, e assumiam significações da ordem do afetivo (BAUDRILLARD, 2008), discurso este que afetava a relação do indivíduo com a posição sujeito que ocupava.

No entanto, o que foi que se transformou desde então? Como aconteceram todas estas mudanças? Qual é o discurso vigente em nosso século XXI sobre a relação dos sujeitos com o mundo? O que foi que ocupou o lugar da estabilidade e da durabilidade? É possível perceber marcas discursivas sobre a questão da obsolescência nas FDs de nossos dias? E afinal, como são assujeitados numa Formação Ideológica que privilegia o “novo” e o consumismo? Vejamos na análise de nosso próximo *corpus*.

3.4. ANÁLISE: CAMPANHA INTEL-ULTRABOOK

O crescente mercado de eletrônicos é gerador de diversas e intrigantes campanhas publicitárias que evidenciam tudo que até aqui discutimos. Depois do surgimento dos tablets percebeu-se que eles deixavam a desejar, em dadas tarefas, da mesma forma que o notebook convencional pedia certa mobilidade e agilidade de que dispõem os tablets. Foi pensando em unir Notebook com Tablet que a Intel construiu a tecnologia Ultrabook Conversível.

Sua campanha publicitária possui um slogan intrigante e revelador para esta discussão. Ele diz: Out with the old. In with the Ultrabook. Em português: Fora com o velho, dentro com o Ultrabook. O jogo de palavras aqui é revelador: Fora/Dentro, Velho/Ultrabook. O velho está fora, jogado fora, descartado, eliminado (BAUMAN, 1989), e o novo, que deve ser perseguido, está materializado, segundo o slogan, no próprio Ultrabook. Mas vejamos este enunciado funcionando nas propagandas que veicularam no ano de 2013, dentro desta campanha.

O primeiro vídeo publicitário desta campanha, que será analisado, recebeu o título de “Egito”, na mídia brasileira. Vamos à sua descrição.



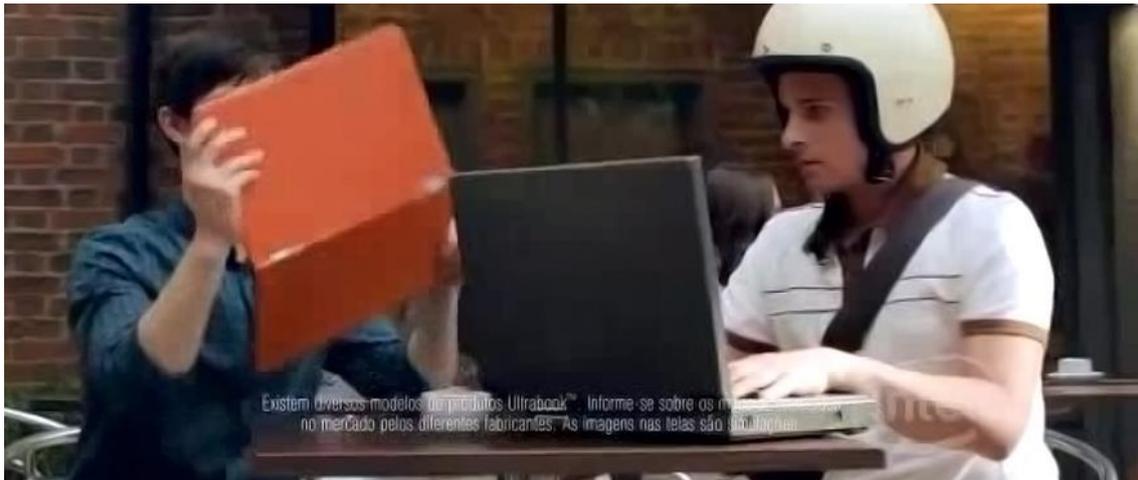
Um rapaz - com seu Ultrabook conversível - está numa lanchonete ao ar livre quando a garçonete vem lhe tomar o pedido. Ele responde apenas que “está esperando um amigo”. Nesse instante, chega o amigo, numa velha motocicleta, vestindo trajes estranhos e um capacete redondo.



Ele corre até a mesa onde estava o primeiro rapaz e o cumprimenta pedindo “desculpas pelo atraso”. Logo depois afirma: “este computador é das antigas”, embora aparente funcionar corretamente.



O primeiro rapaz é moderno, como um todo. Veste-se bem, fala pausadamente e elegantemente. Não é um jovem do futuro, para contrastar com o do passado, mas sim um jovem no tempo certo, adequado. Já seu amigo veste-se de forma estranha – inadequada – à ambientação da cena. Fala de forma acelerada, como se estivesse correndo atrás do tempo, porta-se diferente e pouco elegante, inclusive deixando o curioso capacete na cabeça. Nesse momento, o primeiro rapaz faz seu Ultrabook, que estava no modo Tablet, se transformar num Notebook. O movimento de transformação impressiona por ser ágil e visivelmente plástico.



Quando abre o Tablet em Notebook, o rapaz surpreende-se com o que vê: tudo ao seu redor se transforma em tempos passados, como no Egito antigo. Todas as pessoas e seus vestuários se vertem em antigos, além do mobiliário e do cenário como um todo.



Eles passam a conversar sobre o Ultrabook, todos se aproximam curiosos colocando ao centro das atenções o rapaz com seu Ultrabook. A garçonete pergunta: “seu poder vem do sol?”, e ele explica que é tecnologia Intel. O primeiro rapaz olha atônito para o segundo: ele mesmo não está entendendo o que está se passando; ele mesmo está atônito depois de perceber que todo o restante do mundo está obsoleto, menos ele: as suas roupas ainda são as mesmas, e também seu modo de falar e agir. Ele está no tempo, adequado em sua totalidade. Neste instante ocorre a cena mais intrigante do vídeo. Um guarda se aproxima da mesa e diz ao segundo rapaz: “é proibido estacionar ali”.



Ele se levanta, vai para sua Biga – sua motocicleta retrocedeu a Biga – e sai da cena. Está fora da cena.



Finalmente a propaganda se encerra com o slogan ao centro: “**F**ora com o velho. Dentro com o Ultrabook”.

Out with the old. In with the Ultrabook™.



#Ultrabook

Outra propaganda está sendo veiculada (2013) pela Intel nesta mesma direção. Nela uma jovem que possui um Ultrabook conversível está numa estação de trem, em Londres, e quando transforma seu Ultrabook em Tablet tudo ao seu redor se transforma, regressando a uma época que, a propósito das vestimentas de todos, e da maria-fumaça, no lugar do trem, aparenta situar-se no início do século XX. Nesta propaganda também há uma distância abissal entre os saberes dos demais em relação ao da jovem que possui o Ultrabook. Ela também fica em destaque, sendo a única a permanecer no tempo correto: o presente, não no passado nem no futuro.



Ela está à frente, não no futuro e sim no tempo correto. Ao entrar no trem o quadro é de um deslocamento do passado para o tempo certo. E então a propaganda se encerra com o slogan ao centro: “Fora com o velho. Dentro com o Ultrabook”.

Os efeitos de sentidos nestas propagandas serão buscados nas condições de produção dos enunciados, na intenção de obter as regularidades discursivas, suas relações com o interdiscurso e a filiação com alguma Formação Discursiva específica, mesmo que em embate com outras. Feito isto, teremos pistas discursivas para aproximarmos-nos do enunciado sobre o “novo”, e entender suas consequências para a questão da obsolescência na contemporaneidade. Estas evidências discursivas serão, então, analisadas sob a luz do dispositivo analítico até aqui evidenciado.

Na primeira propaganda (Egito, na qual nos deteremos com mais afinco), o jogo de palavras já evidencia diversas contradições que apontam as posições-sujeito que cada personagem ocupa, ou seja, seus lugares discursivos falam e reforçam o ideário de que só existem duas posições-sujeito existentes, sem espaço para a existência de outras, sequer derivas de sentidos para que se imagine cada lugar discursivo de outra forma ou ainda outros diferentes. A propaganda apresenta dois lugares discursivos distintos: o jovem “atualizado”, e o remanescente, “atrasado”. O jovem com seu ultrabook não é apresentado como um rapaz deslocado para o futuro: está no presente, no tempo adequado. São todos os demais que se recuam antigos como o Egito.

O jogo de palavras é revelador: “desculpas pelo atraso”, “computador das antigas”, “é proibido estacionar”, “fora com o velho”, “dentro com o Ultrabook”. Para destacar o Ultrabook, os dizeres não o colocam num tempo futuro, ao contrário, desloca todo o restante para o passado e lhes imputa uma espécie de castigo por não estarem atualizados. Esta paráfrase seria possível, e sua suposição é reveladora. Poderia esta propaganda fazer este outro deslocamento, levando o protagonista para o futuro e deixando os demais no presente. Mas não é o que ela faz: um sujeito ser deixado no presente não constitui um crime dentro de uma corrida social, mas ser percebido no passado, sim. Logo, nesta paráfrase suposta, os enunciados poderiam dizer que todos estão no presente, atualizados, e somente um deles é que estaria avançado no futuro. Mas a propaganda, ao contrário, leva todos para o Egito antigo, e mantém somente um no presente. Ou seja, esta paráfrase, ao tentar dizer o mesmo usando outras formas de dizer, não diz exatamente a mesma coisa. E no caso do *corpus* que analisamos, o “não dito” fala com muita veemência.

Contudo prefigura-se, aí, certo juízo de valores que estabelece negativamente o “passado” e o “velho”, que afinal não são negativos *a priori*. Os próprios dizeres da propaganda tratam de criar uma relação de comparação interna, de traçar as regras de um universo “fílmico” que é transposto para a realidade. O amigo que chega até o protagonista pede

desculpas por estar atrasado. O primeiro chegou na hora, e o segundo, ao pedir desculpas, coloca-se na posição discursiva do “errado”, ele pede perdão por uma culpa ou ofensa, uma alegação atenuante, ou ainda, uma justificativa de culpa e descuido (“desculpa”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2013, <http://www.priberam.pt/dlpo/desculpa> [consultado em 06-10-2013]). Em outras palavras, estar atrasado é digno de culpa.

Mas não só o atraso constitui-se um “erro”, como também o “estacionar-se”, ou seja, ficar parado: é “proibido estacionar”, disse o guarda ao segundo jovem. Ficar parado compõe outro erro, e o preço deste é ter que sair da cena, ser forçado a sair fora do jogo, como o próprio slogan afirma logo a seguir: “Fora com o velho. Dentro com o Ultrabook”.

No slogan final vemos proposto duas posições discursivas distintas e dicotômicas que reforçam, após o filme, a possibilidade de apenas duas tomadas de posições, sem outras opções de leitura: ou o espectador se coloca na posição-sujeito do “velho” e “obsoleto”, que está a ponto de ser lançado fora do jogo, ou se esforça para colocar-se na posição-sujeito que fala do lugar do “novo”, no “tempo adequado”, que é o correto e apto a continuar no jogo.

“Fora com o velho”. E o rapaz que estacionou foi forçado também a sair fora, por estar velho, mas sem ser velho. Mesmo seu computador ainda funcionava. Suas roupas ainda eram utilizáveis. Logo, o velho, aqui apresentado, não é o velho “danificado”, sem condições de uso, mas “velho” por estar ligeiramente distante do “novo”. Nesta lógica, não estamos sequer falando dos computadores de mesa (desktops) que nem apareceram na propaganda: estão ainda mais “fora” do que os notebooks que não são tão modernos quanto a tecnologia Ultrabook conversível.

O rapaz com o Ultrabook, ao contrário, está dentro. No centro das atenções de todos ao redor, atualizado, no tempo certo, e este acaba por permanecer no jogo: é o amigo atrasado quem chega e sai. O protagonista, com seu Ultrabook, mal precisou sair do lugar, dando a impressão de que ele não teve esforço algum para ocupar o lugar “atualizado”, parece algo já dado.

Novamente usando o recurso da paráfrase - enunciando de outra forma para perceber, no não dito, algo mais do que fora dito - poderíamos supor a mesma propaganda apresentando o protagonista em movimento de chegar e sair, mostrando sua dinamicidade. Mas ele, ao contrário, está parado. O amigo é quem chegou, estacionou no lugar errado, e foi obrigado a sair. O rapaz do Ultrabook é apresentado como alguém que, a despeito da nítida atenção que manifesta por estar atualizado, parece não se esforçar muito por isto: parece-lhe fácil. Quem se esforça, quem corre, entra e sai, é aquele que está antiquado, ou seja, mais uma das punições por se estar fora do tempo.

O lugar discursivo que o protagonista desta propaganda ocupa, portanto, é um lugar distinto e relevante; na propaganda ele fala de um lugar único e proeminente: os demais entram e saem, sempre correndo atrás de um lugar discursivo como o dele, que assume uma posição-sujeito que fala com segurança, de forma coerente, sofisticada e elegante. E ainda mais: seu lugar discursivo é legitimado por toda a significação implícita na posse de um Ultrabook - ele possui a materialidade do “novo”, logo, está no “tempo adequado”. Aos demais falta o saber necessário para sequer almejar ocupar também aquela posição discursiva. Quando a garçonete pergunta se o Ultrabook é movido pelo poder do sol, ela manifesta, na propaganda, uma grosseira falta de informação, ou seja, um enorme abismo entre os saberes que cada um possui, saberes estes que habilitam um e outro a falarem cada qual do lugar discursivo que ocupam.

Possuir um Ultrabook é, portanto, questão de possuir saberes que inevitavelmente impelem o sujeito à compra deste e não de outro Notebook/Tablet. Estar atualizado, logo, é questão de possuir saberes. E é pela soma dos saberes possuídos que o *“sujeito do discurso se inscreve em uma determinada FD, com a qual ele se identifica e que o constitui enquanto sujeito”* (GRIGOLETTO, 2005, p. 2).

É então que podemos falar de ideologia e assujeitamento. Os espectadores são colocados diante de uma novidade tecnológica impressionante: um Notebook que é também um Tablet. Esta é,

inevitavelmente, uma novidade no mercado de aparelhos eletrônicos. Mas só poderá entender como novidade aquele que acompanha o progresso dos saberes tecnológicos. Para um sujeito que seja analfabeto digitalmente (PEREZ TAPIA, 2006), não fará sentido algum a informação sobre um Notebook que é Tablet ao mesmo tempo. O lugar discursivo de onde ele fala, ou seja, a posição-sujeito que um analfabeto digital ocupa, não valoriza estes saberes por não serem relevantes dentro da FD na qual estiver filiado.

No outro extremo situam-se os sujeitos que possuem estes saberes; a Formação Discursiva que lhes assujeitam, ao contrário da primeira, valoriza o saber tecnológico e também a atualização deste saber. No entanto estes saberes ganham credibilidade ao serem materializados e devidamente manifestos quando estes sujeitos discursivos possuem provas materiais de que dominam estes saberes, no caso, possuindo um produto tecnológico de última geração. E neste instante resgatamos os conceitos Sartreanos para esta discussão. Para o filósofo existencialista, homem e objetos possuídos se fazem linguagem para o outro, que afinal, lhes atribui significado (SARTRE, 1997, p. 464). Esta relação, ontologicamente falando, quanto mais duradoura mais importante e rica na constituição do sujeito para si mesmo (para-si). Mas não é este o caso na pós-modernidade líquida. A relação de um jovem com um Ultrabook deixa de ter como finalidade seu usufruto e adquire apenas o status de “linguagem”, na mera intenção de significar, ao outro que o lê, como sujeito atualizado, “antenado”, apto para continuar no jogo e ocupar uma posição de destaque naquela Formação Discursiva.

E para tanto o sujeito não pode ser visto com um notebook velho, mas deve manter relação perene com aquilo que sintetize e materialize o “novo” - e que logo deverá ser abandonado por algo ainda mais “novo”. E o foco desta relação com os objetos novos será meramente adquirir o significado (que o produto novo carrega e empresta ao seu possuidor) de sujeito atualizado, apto a falar de um lugar discursivo destacado e à frente dos demais. A rivalidade inter-individual se torna o motor social de todas as relações. Comprar, usar, aprender, jogar, assistir, ouvir, etc., são meros

recursos usados nesta competição (BAUMAN, 1989, p. 94). Importa, ao sujeito pós-moderno, a satisfação de permanecer competindo, como um vício. Não importam os prêmios, pois nenhum deles é realmente suficiente (BAUMAN, 2001, p. 90).

Voltando a Pêcheux no que tange a constituição do sujeito pela ideologia, a posição que o sujeito ocupa na sociedade é condicionante de seu dizer. Quando o sujeito se identifica com determinados saberes ele se inscreve numa FD, e quando ele fala não o faz meramente de um lugar social (sujeito empírico), mas passa a ocupar um lugar discursivo (sujeito do discurso), ou seja, o sujeito ocupa um lugar social/empírico, mas ao se subjetivar, através da linguagem, passa a ocupar uma determinada posição no discurso (ORLANDI, 1999, p. 17).

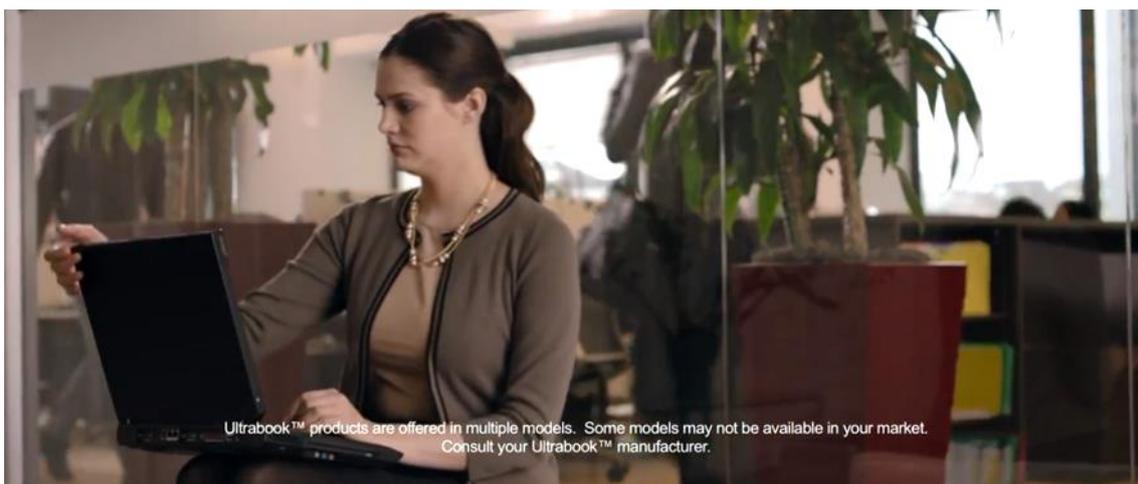
E esta é a questão central desta dissertação. O lugar discursivo é marcado também pelo lugar social, ambos constituintes da posição-sujeito que um sujeito assume pelas vias de um assujeitamento ideológico. E o que queremos marcar aqui é que existem marcas sociais que dão pistas sobre o lugar discursivo que um sujeito ocupa mesmo que não esteja falando, mas apenas usufruindo/possuindo certos objetos e saberes. Ao resgatarmos Sartre o fazemos nesta intenção: o homem coexiste com sua posse numa relação concomitante de co-criação (o homem recria o objeto a todo instante, no ato do uso, e o objeto fundamenta o homem em sua relação com o mundo), e ambos são objetivados (vistos) pelo outro que lhes atribui significado, logo, são feitos (homem e objeto) linguagem para o outro. Assim, o simples fato de possuir um Ultrabook conversível e ser visto com ele já se configura uma marca social que, ao se fazer linguagem para o outro (homem e objeto) que o vê, aponta o lugar discursivo de onde fala aquele sujeito.

Sabemos do complexo e pouco usual imbricamento destas teorias: usar Pêcheux e Sartre na mesma página parece inaplicável. No entanto apenas queremos trazer, de Sartre, neste instante da pesquisa, seu conceito de “cocriação” e coexistência do homem com as coisas com que se relaciona no mundo. O homem, não sendo nada, precisa destes objetos na tentativa de ser

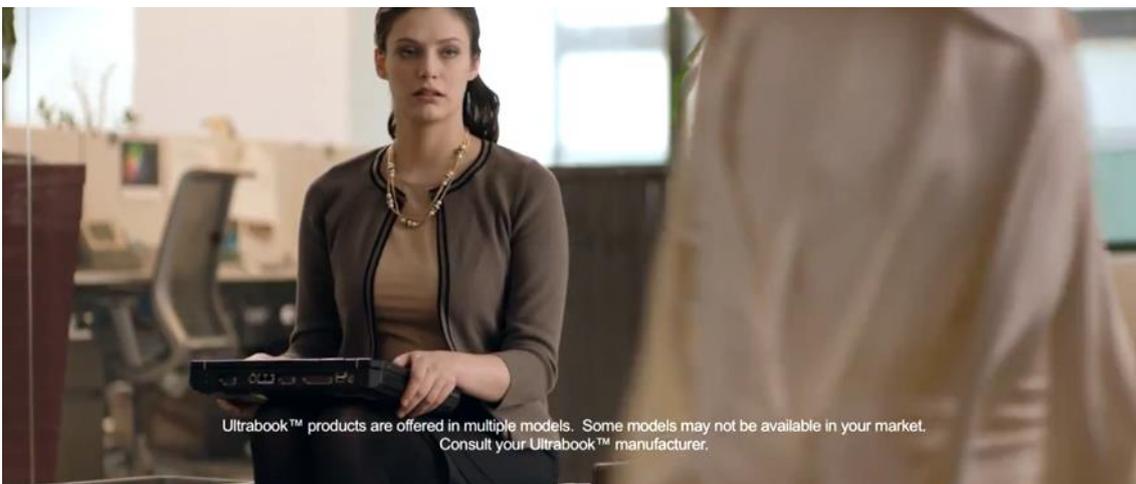
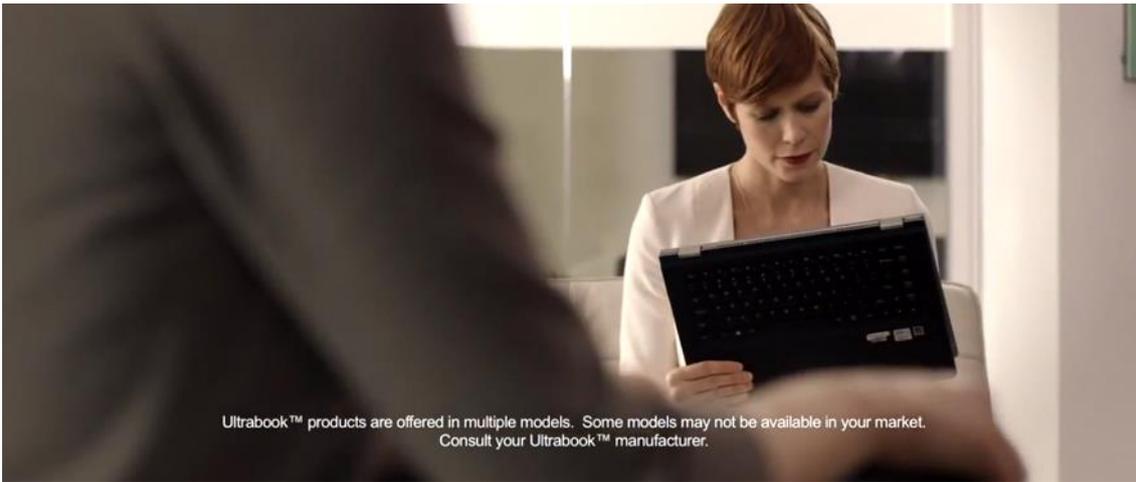
(SARTRE, 1997, p. 721), logo, não estamos dando tom pejorativo para o homem que possui uma ou outra tecnologia e saberes, mas apenas descrevendo a importância desta relação que afinal se mostra importante nesta dissertação: é a soma de homem e objeto possuído que é feita linguagem para o outro. O objeto empresta seus atributos para o homem que o usa, e este, por sua vez, dá existência ao objeto no ato do uso daquele objeto segundo suas atribuições (SARTRE, 1997, p. 725).

O que nos justifica trazer também, para o texto, os conceitos e as consequências da modernidade líquida (BAUMAN, 2001). Em outras palavras, se um sujeito usufrui de um objeto novo, ele mesmo “é novo”. Logo, em tempos de franca competição por um lugar social de destaque (que aponta seu lugar discursivo e o constitui numa posição-sujeito), faz-se proibido ser visto com um objeto obsoleto, pois assim, numa relação de cocriação e coexistência, é o sujeito que o usa que emite certa significação sobre sua própria obsolescência.

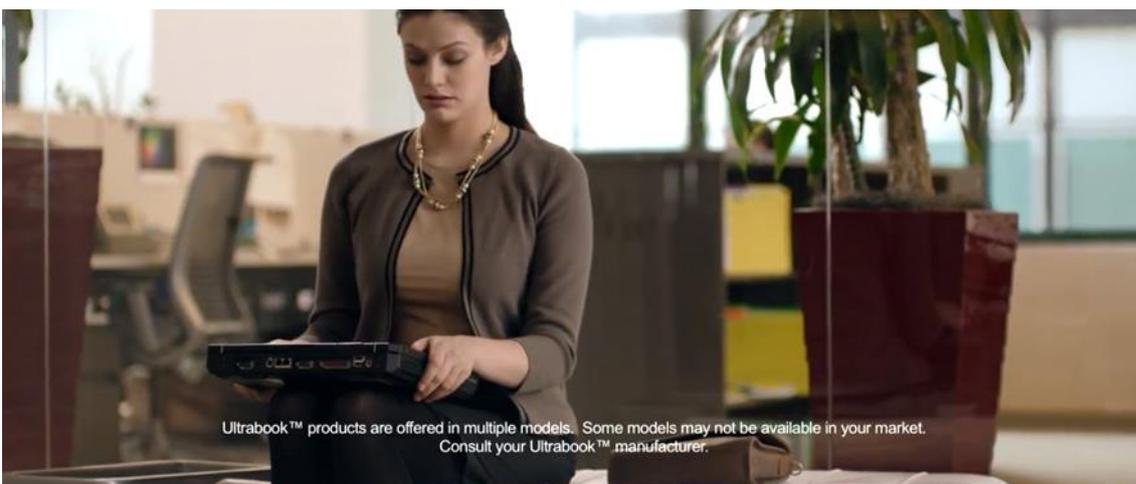
Em outra propaganda (Ultrabook Delivers Convertible Options in a Hassle Free Design), da mesma campanha, vemos este movimento claramente. Uma jovem, aparentemente numa sala de esperas em um aeroporto, usa seu notebook “não-Ultrabook”.



Quando fecha o seu notebook ela percebe outra mulher à sua frente usando um Ultrabook conversível. A sequência seguinte de imagens é intrigante. Atente-se para a expressão facial da primeira mulher.



Ela não consegue disfarçar sua decepção em relação ao que possui quando vê o Ultrabook conversível da outra mulher. Ela olha profundamente para seu próprio notebook, e toma uma decisão: descartá-lo.





No entanto nos atentamos para o fato de que ela não só jogou seu notebook no lixo como, logo depois, expressou satisfação em seu ato.



O slogan final é o mesmo: “Out with the old. In with the Ultrabook”.

“Com vergonha de seu celular? Será que este é tão velho que você fica envergonhado ao atender uma chamada? Faça um upgrade para um aparelho do qual você possa se orgulhar.” O lado negativo da ordem de “fazer um upgrade” para um celular “consumidoristicamente correto” é, com certeza, a exigência de não voltar a ser visto portando aquele para o qual você fez um upgrade da última vez (BAUMAN, 2007, p. 17).

Não somente deve estar o sujeito pronto para o “novo” como também deve sentir até certa satisfação em desfazer-se do “velho”. Estar apto para a competição social pós-moderna, segundo Bauman, é desejar e sentir prazer neste fluxo contínuo de obsolescência (de todas as coisas e relações). O sujeito mesmo precisa se fazer uma mercadoria sempre nova (BAUMAN, 2005,

p. 105), pois, caso contrário, ele é quem será lançado fora da competição por ser visto coexistindo com algo obsoleto, logo, mostrando sua própria obsolescência.

A capacidade de durar não joga mais a favor das coisas. Dos objetos e dos laços, exige-se apenas que sirvam durante algum tempo e que possam ser destruídos ou descartados de alguma forma quando se tornarem obsoletos - o que acontecerá forçosamente. Assim, é preciso evitar a posse de bens, em particular daqueles que duram muito e que não são descartáveis com facilidade. O consumismo de hoje não consiste em acumular objetos, mas em seu gozo descartável (BAUMAN, 2010, p. 42).

As condições de produção e as pistas discursivas que captamos nesta campanha da Intel (Ultrabook Conversível) apontam para os sentidos de obsolescência, um discurso sobre o “novo” que perpassa diversas Formações Discursivas, como vimos nesta FD, que fala do lugar da Tecnologia, e também na que veremos a seguir, que fala do lugar da Moda. Vamos a ela.

3.5. ANÁLISE: O DIABO VESTE PRADA

Ismail Xavier faz importantes considerações sobre o cinema que, entrecruzadas com as teorias da AD, merecem um breve resgate antes de nossa análise. A fantasia da sessão do cinema pode ser efêmera: dura o tempo de uma película. No entanto os elementos constitutivos do cinema, usados na intenção de alcançar o naturalismo, são trabalhados e discursivizados num altíssimo nível de identificação, jamais suposto por nenhuma outra materialidade discursiva. Uma realidade fantástica, mas criada e controlada de forma extremamente coerente e ordenada: tudo cronometrado, composto e previsto. E tudo isto acontece enquanto funciona outra força, inversamente proporcional, de invisibilidade dos meios de produção desta realidade: um sistema de representação da realidade que procura anular sua própria presença enquanto ordenador desta representação, o que confere à representação não um caráter de simulação distorcida, mas de uma cópia fiel do nosso mundo real (XAVIER, 2005, p. 41). Esta reprodução “fiel” do real, feita com muito cuidado, faz parecer como um “respeito à verdade”, que por sua vez tende a ser creditada ao filme: uma verdade que reveste o filme omitindo seu próprio caráter de revestimento: a verdade parece pertencer ao próprio filme (XAVIER, 2005, p. 42).

Como já fora apontado anteriormente, usando a metodologia de análise da AD francesa (seu Dispositivo Teórico de análise) buscaremos neste filme por pistas que evidenciem os elementos teóricos (Dispositivos Analíticos) tecidos nesta dissertação: 1- A intrincada competição inter-relacional (conflito-posição-sujeito) que culmina com a liquefação social total na pós-modernidade. 2- A coexistência do homem empírico com os objetos que possui, compondo um todo que ele entrega ao outro em forma de linguagem. 3- As consequências da rápida obsolescência nas relações do sujeito com o mundo (pessoas, produtos, lugares, saberes, etc.).

O principal conceito da AD que trabalharemos nesta análise será a “posição-sujeito” (lugar discursivo (GRIGOLETTO, 2005)), além dos demais que

o circundam e o constitui, como ideologia (FIs), discurso (FDs), assujeitamento - além dos silenciamentos, paráfrases e polissemias constituintes.

Especificamente esta análise sobre o filme “O diabo veste Prada”, nesta pesquisa, tem também a intenção de desvelar os mecanismos técnicos de produção do discurso cinematográfico, sempre olhando os conceitos pechetianos e os recursos discursivos herméticos ao cinema (XAVIER, 2005).

Este *corpus* apresenta muitos enunciados verbais e não verbais que apontam pistas sobre o discurso a respeito do “novo”, contudo, recortes serão necessários: pinçaremos deste filme fragmentos que, isolados, relacionados e agrupados (MITTMANN, 2005), evidenciem com mais clareza as condições de produção por trás do discurso que esta película faz circular. Cada recorte (enquanto interação e confronto de interlocutores no ato da linguagem) será resgatado e agrupado segundo um texto que só se faz evidente quando da soma destas frases/recortes.

Importa-nos reafirmar que não buscamos a compreensão do “sentido” do filme, mas por pistas que evidenciem o discurso sobre o “novo”, ainda que apenas dizeres pontuais. Para escolhermos e analisarmos os recortes, faremos uma breve descrição de todo o filme, embora, como se sabe, qualquer descrição já se constitui uma interpretação. Andy (Hataway) é uma jornalista recém-formada numa boa universidade e precisa de experiência profissional, motivo pelo qual ela aceita fazer uma entrevista na revista de moda Runaway. Ela não se veste como alguém da moda, mas aparenta competência e profissionalismo. A poderosa editora-chefe da revista Runaway é Miranda Priestly (Streep), que representa a própria personificação da moda. No filme, uma simples expressão facial de Miranda é suficiente para que um estilista de renome mundial altere toda sua coleção.

A nova jornalista (Andy) fora aprovada na entrevista, mas passa a sofrer muito preconceito e violência moral no trabalho, tanto pela editora-chefe quanto pelas colegas de trabalho. Até que ela resolve mudar de postura e se entregar aos saberes da moda. Ela começa então a crescer profissionalmente enquanto se afasta de amigos, familiares e do namorado,

até que rompem o relacionamento. Para horas intermináveis no trabalho e aceita uma proposta antiética de Miranda para sua ascensão profissional. Miranda passa por novo divórcio, mas o supera com facilidade. No final a editora-chefe, para continuar no topo do mundo da moda, prejudica gravemente um amigo. Andy se recusa a continuar nesta direção, que culminaria em transformá-la numa outra Miranda Priestly, e vai à procura de outro emprego.

Faremos agora alguns recortes na intenção de captar pistas discursivas sobre o “novo” e a obsolescência. A cena abaixo meramente apresenta Andy chegando ao prédio da revista Runway para sua entrevista. O nome da revista pode ser traduzido como “pista, caminho”, para o português.



Esta palavra é uma concatenação de duas outras: “*run*”, correr, mais “*way*”, caminho. Outras variações possíveis são: “Runaway”, que tem que ver com fugir, e “Run Way”, algo como rota de fuga. Resgatando o conceito de liquefação, de Bauman, que aponta para um complexo e perene fenômeno social pós-moderno de evasão, de movimento, de “não estabilização”, de fluidez, percebemos no próprio nome da revista um movimento de assujeitamento: fuja, não se atenha, não estacione; corra, mas corra por aqui, por este caminho específico.

Falando sobre posição-sujeito, o que já se evidencia é que na pós-modernidade existe uma determinação por uma “não estagnação” numa mesma posição-sujeito. Perigo é perder o momento da exigência da mudança,

não estar atento a ele e acabar estagnado num caminho sem volta (BAUMAN, 2007, p. 8). No entanto, se o movimento contínuo é a regra, não se pode supor que qualquer movimento seja suficiente, mas um movimento específico. O que o nome Runway propõe é isto: caminhe, ande, não fique parado: caminhe continuamente por aqui, por este caminho. E se ainda estamos falando que Runway é o nome da principal revista de moda na película, falamos também que o caminho proposto é o da moda, e que Miranda Priestly é a própria personificação da moda. Então evidenciamos que o “runway” a ser buscado por cada posição-sujeito, afinal, é tentar ocupar o próprio lugar-discursivo de Miranda Priestly, e ela mesma sabe disto. Esta cena, no final do filme, mostra Miranda e Andy chegando de carro a um evento. Andy, depois da trapaça de Miranda, diz que não quer ser como ela. A editora-chefe então responde:

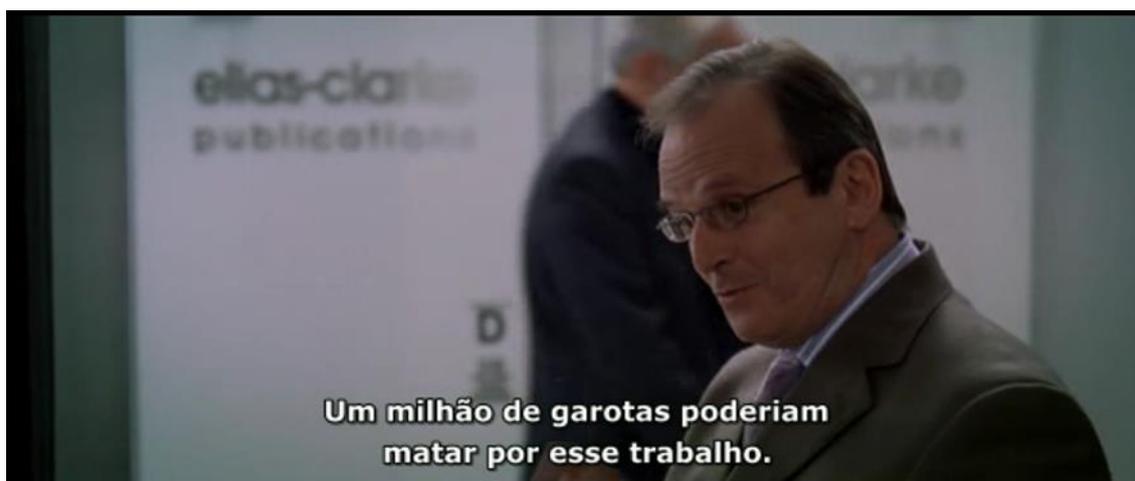


Este é conceito chave que resgatamos para esta discussão: antes de falarmos de consumismo, no capitalismo, temos que falar desta competição por “posições-sujeito de destaques” que converte as relações naturais dos indivíduos com o mundo (consumo/consumismo). Bauman aponta que a liquefação social exacerbada, de nossos tempos, fora atingida por se elevar a rivalidade interindividual acima mesmo da riqueza e do poder, transformando-os em símbolos. A luta é, primeiro, por estes símbolos que permitem ao sujeito lutar por posições de destaque, que lhe confirmam distinção, notoriedade, importância (BAUMAN, 1989, p. 94). Este é o ponto de partida,

para Bauman, disto que culminou com a plena liquefação social na pós-modernidade: o ideal desenvolvimentista, há muito apontado por Marx.

Consequentemente, deduzimos que o discurso sobre o “novo” e a obsolescência (de todas as relações humanas) precisa do discurso sobre competitividade. É ela, a competição por lugares discursivos relevantes, que fundamenta o discurso capitalista como um todo, vista até na acirrada competição do mercado e de suas empresas. E a grande mídia faz circular justamente este discurso como motor propulsor do sistema capitalista, uma competição cada vez mais individualizada e cada vez mais justificada para seus competidores - por diversos argumentos (BAUMAN, 2010, p. 78).

Neste filme se vê esta corrida pelo progresso acontecendo primeiro numa corrida individual: uma corrida por uma posição-sujeito que se destaque e que possua maior poder de voz. O filme aponta nitidamente esta corrida por “posições-sujeito de destaque”:



Nesta cena o proprietário da revista Runway, ao ser apresentado para Andy, chama-lhe de sortuda, e afirma que aquela vaga era motivo de disputa entre milhares de jornalistas. Esta fala é dita mais duas vezes durante o filme, e reforça o ideário que ratifica a competição desmedida entre os personagens sociais de nossos tempos. E afinal talvez não seja demasiado dizer que “garotas poderiam matar por esse trabalho”. Andy, quando é contratada pela revista Runway, ouve diversas vezes, de pessoas diferentes, que ela deve estar

feliz e orgulhosa por ocupar aquela vaga de emprego pela qual centenas de garotas matariam para ter.

Podemos falar que um emprego (atividade trabalhista) trabalha na constituição de um lugar discursivo? Evidentemente que sim. O emprego de um sujeito fala com ele, assujeita e estabelece, através das Formações Imaginárias, um nível hierárquico de seu poder de fala dentro da empresa e fora dela. A função dentro de uma empresa assujeita e delimita os dizeres a partir dos saberes - necessários e impostos - bem como estabelece uma ordem no discurso: é preciso falar conforme sua função (diretor, gerente ou funcionário de baixo escalão). Um emprego numa revista de destaque, no entanto, não significou para Andy ocupar, lá dentro, um lugar discursivo de destaque. Dentro daquele lugar discursivo (sob a FD da moda) ela ocupa uma posição-sujeito que fala sem os saberes necessários, e justamente por se tratar de um “templo” da moda é que ela ocupa uma posição-sujeito que fala de baixo, sem destaque, e mais: que sofre represálias e perseguições.

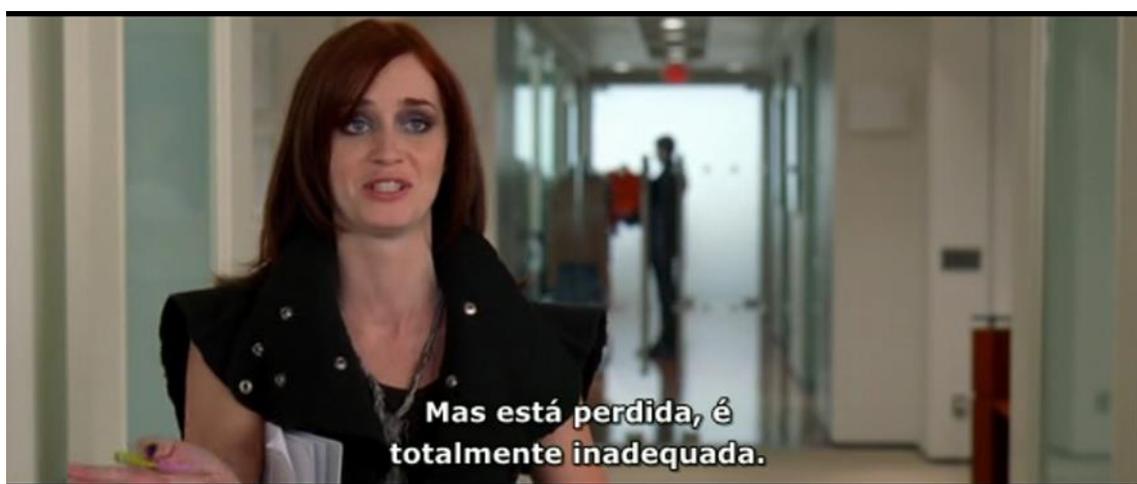
Ainda na temática da corrida social por lugares discursivos relevantes, o filme passa pelo enredo do Fausto⁸ (GOETHE, 1983): Andy, em competição com sua colega de trabalho Emily, se vê forçada a passar por cima de seus valores éticos para manter-se na corrida rumo a uma posição-sujeito de destaque. Mas como esta concorrência faz trabalhar a questão da liquefação social e da obsolescência dos produtos?

A posição discursiva de Andy, no início do filme, delimita-a como uma mulher apta ao mercado do jornalismo, para o qual ela se preparou – ela é graduada em jornalismo pela universidade de Illinois. Ela possui o saber necessário para falar sob esta FD. No entanto ela ainda não é jornalista, logo, sua posição-sujeito ainda é de pessoa recém-formada e desempregada. Ela nunca cogitou falar sob a FD da moda, pois almeja o mundo do jornalismo. Uma de suas falas ressalta isto quando ela diz que basta aturar a Miranda

⁸ Um homem que vende sua alma ao diabo, e aos poucos se transforma numa pessoa que causa medo e repugnância em si mesmo por seus atos imorais.

por um ano, e depois conseguirá emprego em qualquer jornal ou revista que quiser. No entanto uma agência de empregos a encaminha para a Runway.

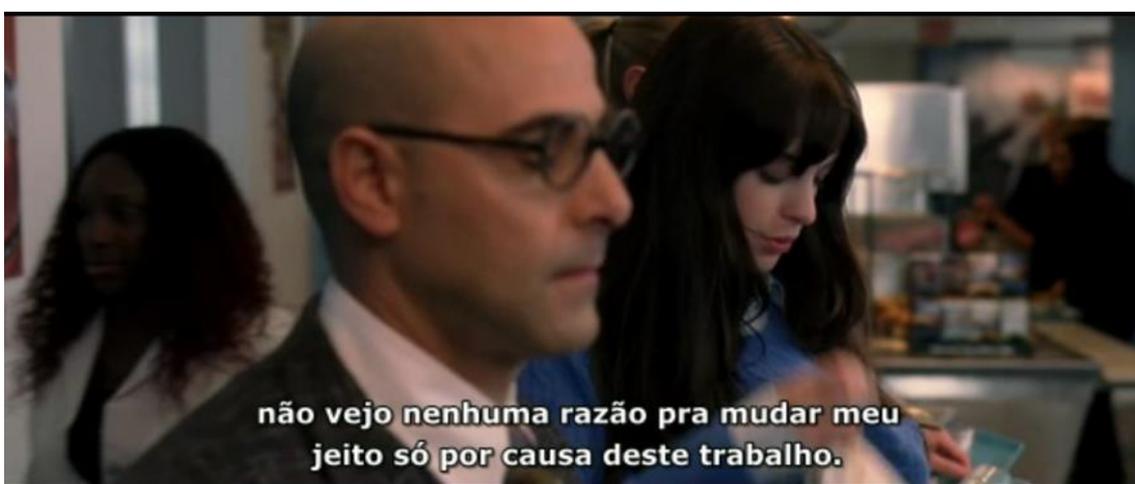
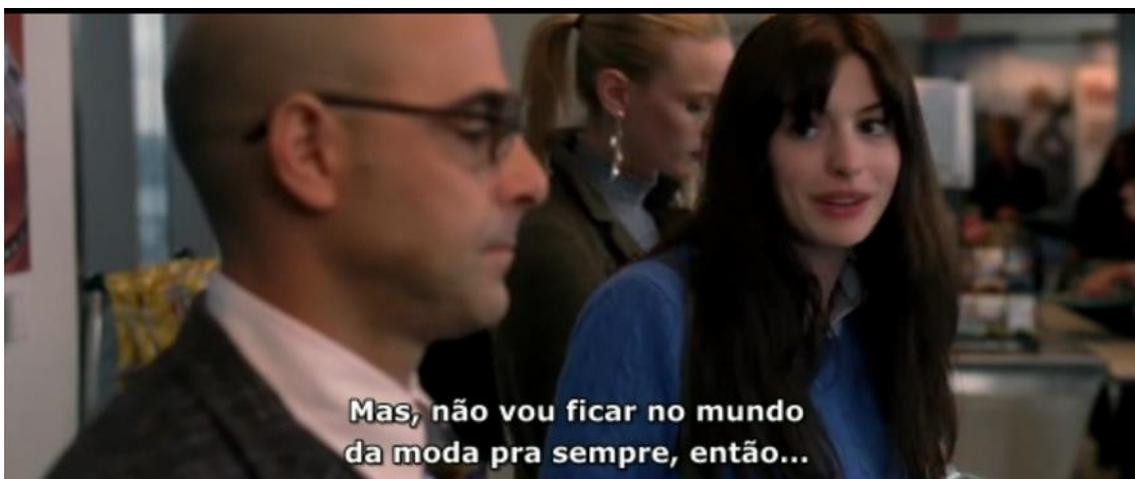
Na revista de moda sua posição-sujeito é extremamente inadequada. Há aqui um conflito nítido de lugares discursivos: um indivíduo apto para falar a partir de uma posição-sujeito pode não estar apto a falar de outra. Ela não possui o saber-fazer necessário para o mundo da moda. No instante da entrevista Emily, sua futura colega de trabalho, ao vê-la completamente fora de moda, diz que “a empresa de RH deve estar de brincadeira”. Noutro instante ela diz:



A questão do saber, para Bauman, é o fator que pode colocar um sujeito no tempo certo e adequado: nem atrasado, tampouco adiantado (BAUMAN, 1999, p. 119). Andy está fora do tempo, no relógio da moda, logo, está atrasada no que diz respeito a conseguir um lugar discursivo de destaque se este percurso passar pelo mundo da moda. Aqui resgatamos também os conceitos sartreanos de coexistência homem/objetos. Andy manifesta seu “não saber”, seu atraso discursivo, porque faz uso de objetos fora do tempo, atrasados embora novos. Sua roupa “fora de moda” evidencia não só sua falta de saber para falar de dentro da FD da moda, demonstra também, sua posição-sujeito.

O que Andy entrega aos que estão ao seu redor não é uma “Andy nua e despida”, mas sim uma soma de tudo o que ela usa para compor seu próprio ser - antes mesmo do sujeito social, ainda numa composição

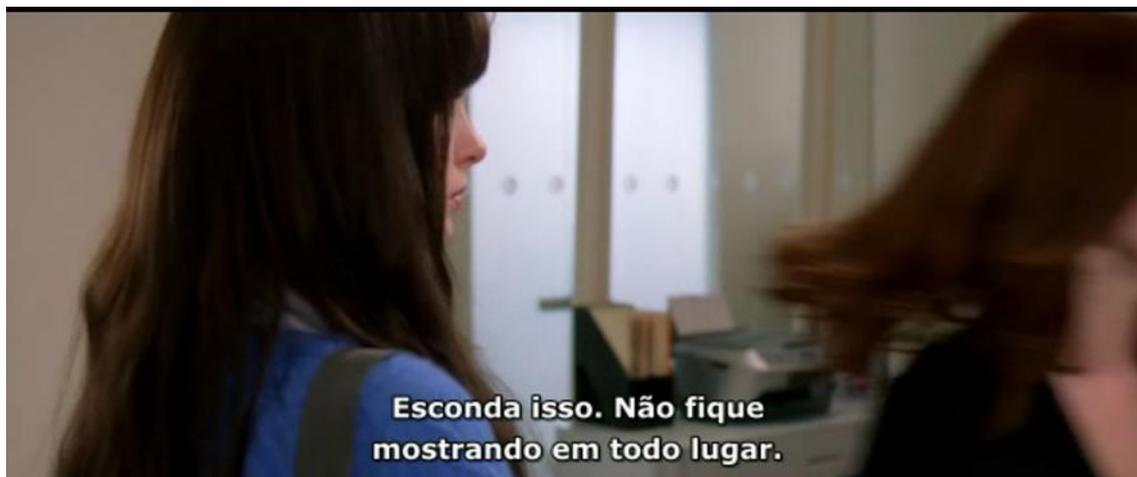
ontológica de ser. Uma de suas falas ressalta o conceito sartreano de que ter e fazer são categorias de ser. Quando Nigel lhe faz duras críticas ao seu modo de vestir, Andy responde:



Sua fala aqui é a da pessoa que julga o universo da moda como sendo uma futilidade. Sua posição-sujeito fala de um lugar discursivo que é alheio à moda e dá importância a outras coisas, no entanto sua posição-sujeito também precisa ser manifesta através de suas roupas. A Andy que os amigos e o namorado conhecem e gostam é uma Andy que mantém relações duradouras com tudo ao seu redor, como apresenta uma fala de uma amiga que, ao não reconhecê-la, lembra da Andy do passado, a que ela conhecia mas agora não conhece mais.

A questão central aqui é que o homem pós-moderno não pode ser visto coexistindo com objetos fora de seu tempo, pois que isto evidencia sua própria inadequação àquele tempo.

As roupas que Andy usa no início do filme revelam que ela mesma está inadequada para falar a partir da FD da moda. Ela não possui os saberes necessários para tal, e as roupas que usa evidenciam que ela está sempre atrasada. Sobre um casaco que usa quando chega pela manhã, Emily, a colega competitiva de trabalho afirma:

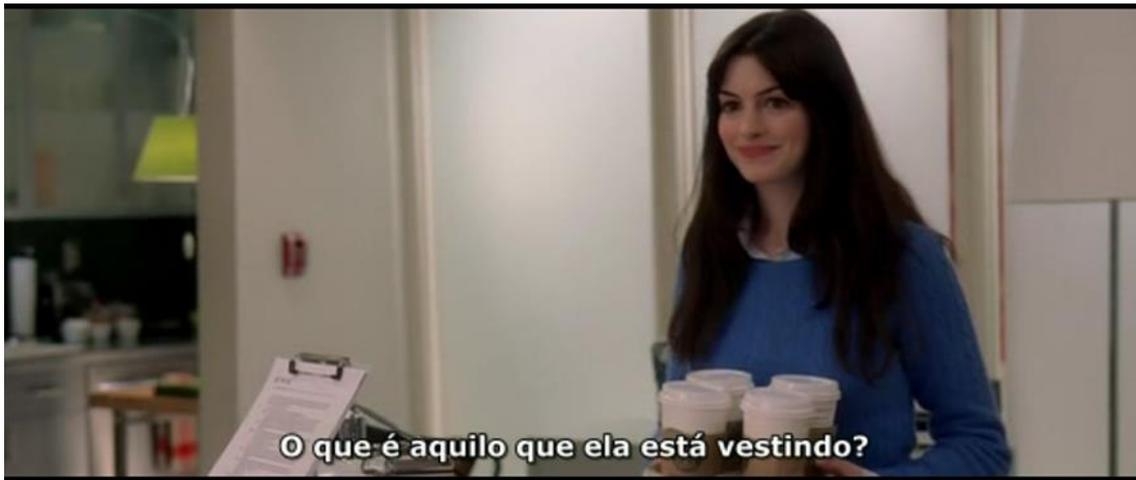


Suas roupas, apesar de novas, estão fora do tempo. E o atraso, como vimos, é um pecado imperdoável no universo social de competição capitalista. Ser visto com uma roupa “fora da moda”, ou com um celular “não-novo”, significa não ser “novo”, atualizado, no tempo certo. Quem coexiste com o “velho” é também velho, e o mesmo se dá com o “novo”.



Na cena acima Nigel desdenha das roupas de Andy, aliás, a mesma deste o início do filme. Estando atrasada, ainda insiste em permanecer fiel a um estilo de vestimenta, quíça, insiste na fidelidade à mesma peça de roupa.

Emily, conversando com a personagem de Gisele Bündchen:



Segundo Sartre (1997) o objeto possuído e seu possuidor constituem-se concomitantemente: o objeto “existe por mim e para mim” (p. 724), e poderia ser qualquer outra coisa nas mãos de outra pessoa. Mas ao mesmo tempo em que o possuidor o constitui, o objeto constitui o sujeito: diz sobre ele, junto dele, numa totalidade coexistente que o homem entrega ao outro em forma de linguagem repleta de significações. Logo, se o objeto está “velho”, quem está velho não é somente o objeto, mas ambos: objeto e homem. E segundo Bauman (2007, p.8), não se pode estar velho: é preciso estar sempre “novinho em folha”, pois é proibido estacionar no tempo. Este atraso, manifesto nos bens que se possui, é um crime imperdoável cuja pena é o descarte do próprio sujeito “antiquado”.

E Andy está para ser descartada. Enquanto todas suas concorrentes falam do alto de um “salto alto”, Andy está por baixo em sua posição-sujeito:



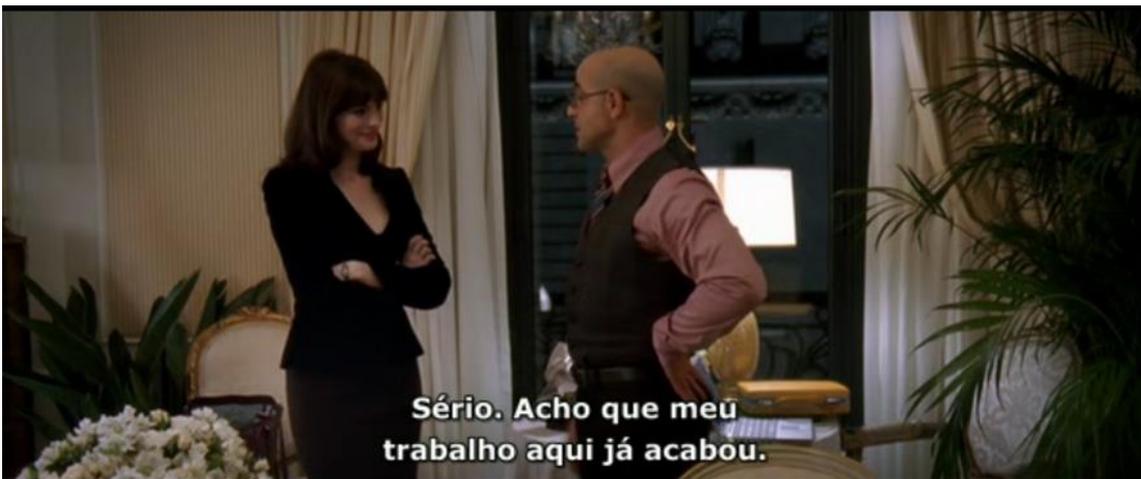
Salto baixo, trapos, um casaco que deve ser escondido, inadequada, saia da vó. Apesar de novas, suas vestimentas são tidas como fora do tempo, arrastando a própria Andy para um passado obsoleto. Ela precisa urgentemente se livrar do “velho” e estar apta ao “novo”. Pois bem, a história sofre uma reviravolta. Depois de um fracasso em uma tarefa e de uma repreensão de Miranda (que discutiremos à parte, depois), ela resolve mudar suas posições por questão de sobrevivência.

Se até então sua posição de sujeito do saber (dentro da FD da moda) era atrasada e inadequada, ela começa então a aprender os saberes sobre a moda e a jogar o jogo que esta FD impõe. Até então ela havia aparecido sempre com o mesmo suéter, agora o filme entrega uma sequência de recortes, num encadeamento em que a montagem cinematográfica faz trabalhar um interessante e importante sentido para esta discussão: no percurso de casa até o trabalho ela aparece com várias composições de roupas diferentes, no entanto, todas elas devidamente atualizadas no tempo da moda. Vejamos a montagem que encadeia esta “mudança do tipo de roupas”, mas junto uma mudança no sentido de “várias mudanças”. O velho estilo de Andy parecia ser lento, mas agora, além de novo, é rápido em mudar e se transmutar.





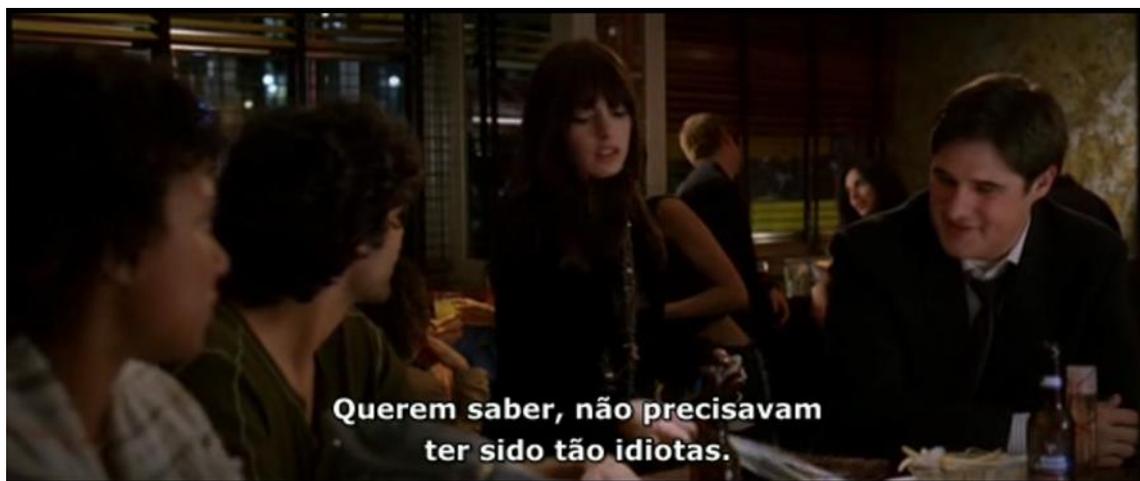
A posição-sujeito que agora ela ocupa então incide em sua formação social, e tudo isto se manifesta neste movimento dialético que implica a roupa que passa a usar, a forma de andar, a postura, o salto alto. Se antes eram elementos tidos como fúteis, dentro de outra FD, agora ela ocupa uma nova posição-sujeito na qual este saber-fazer é necessário para que esteja apta a lutar por uma posição discursiva relevante. Agora sua totalidade de ser (Sartre, 1997) fala de outro lugar discursivo. Serena (Gisele Bundchen), que anteriormente havia dito que sua saia parecia com saia de vó, agora lhe diz que está bonita. Andy aprende os nomes das marcas, aprende a combinar os detalhes e adereços até não mais precisar da ajuda de Nigel:



Neste contexto de mudanças Andy começa a prosperar em sua carreira, e uma nova discussão se apresenta. No instante em que ela começa a alcançar o “tempo” da moda e de sua vida profissional, ela começa a se

“atrasar” em sua vida pessoal. São dois lugares discursivos diferentes que são apresentados como incompatíveis: impossíveis de serem devidamente ocupados pelo mesmo sujeito discursivo. Agora, além do embate que enfrenta em busca de uma ascensão profissional, Andy enfrentará um embate entre seus próprios lugares discursivos.

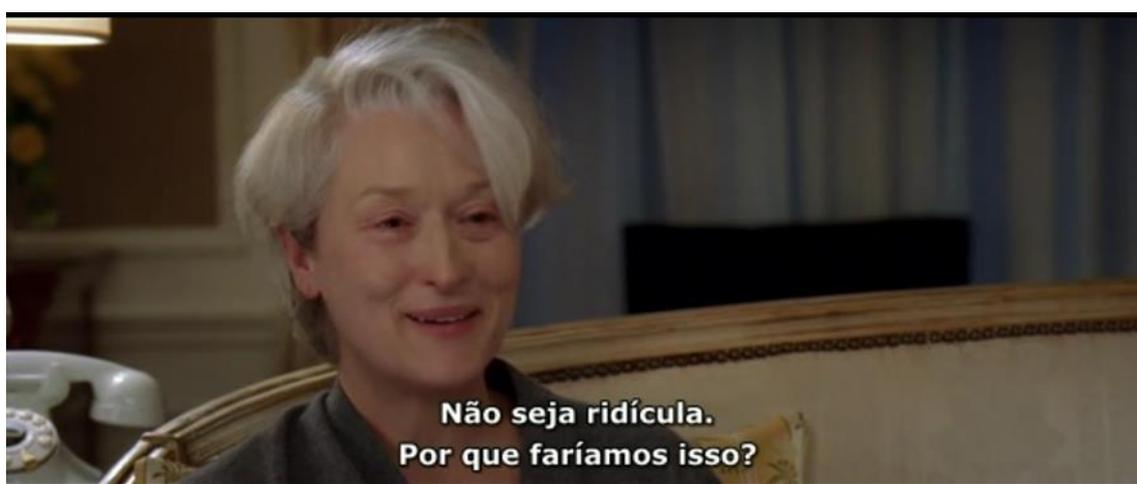
Andy começa a se atrasar para os encontros com os amigos, se atrasa até para o aniversário do namorado. Ela está irreconhecível diante dos amigos e familiares, e cada vez mais apta para ocupar uma posição-sujeito na FD da moda: enquanto está inadequada para os encontros pessoais, está devidamente adequada para uma festa da elite da moda:



Na cena seguinte ela aparece na festa de um grande e influente estilista, e sua adequação é evidente, embora ela estranhe um pouco estas mudanças:



Seu relacionamento com o namorado piora a cada dia, e então ela precisa fazer uma escolha. Andy deve abrir mão de tudo o que possa lhe impedir de seguir levemente em frente, e então ela termina o namoro. Na cena imediatamente seguinte ela aparece sorridente em Paris, ao lado de Miranda Priestly, indo a um grande evento de moda. Ela venceu a corrida contra suas concorrentes: ela se fez apta, aprendeu os saberes necessários para falar a partir daquela nova posição-sujeito, e uma aura de júbilo e prazer nitidamente contagia o espectador no instante de sua vitória profissional. Miranda Priestly, por exemplo, está passando por mais um divórcio, no entanto, apesar de claramente esgotada e triste, sabe que deve deixar para trás aquele casamento e continuar em frente: não pode se permitir chorar pelo velho, mas sim buscar engajadamente pelo novo (BAUMAN, 2005, p. 132).



Esta primeira parte da análise tentou dar conta deste movimento de liquefação social, evidenciado no discurso cinematográfico presente nesta

película. Imerso numa ideologia que assujeita o homem pós-moderno numa perene competição por uma posição-sujeito de destaque, o pecado maior é ser visto com um objeto obsoleto, uma ideia obsoleta, uma pessoa obsoleta: elementos obsoletos que envelhecem o próprio sujeito. E para tanto, para estar apto a ocupar um lugar discursivo de destaque, ele deve estar disposto a abrir mão de qualquer coisa que o vincule ao passado, que lhe impeça de correr livremente em direção ao novo, ao futuro, ao sucesso. É preciso, inclusive, abrir mão de uma antiga posição-sujeito, filiada a uma FD específica, para buscar uma nova posição-sujeito, mesmo que seus amigos não mais te reconheçam: “mude, esteja livre para mudar e evoluir”. Estas são as novas regras do jogo nesta ideologia capitalista.

O consumismo, portanto, não se dá de forma gratuita e independente de outras relações sociais: a obsolescência dos produtos depende da “não obsolescência” dos sujeitos. É preciso buscar o novo mesmo que o objeto de consumo ainda não esteja velho: é preciso ser visto com o novo, compor com o novo: estar apto para o novo para estar apto a ocupar um lugar discursivo de destaque: “[...] não há discurso sem sujeito. E não há sujeito sem ideologia. Ideologia e inconsciente estão materialmente ligados” (ORLANDI, 2005, p.47).

E quais são as consequências deste discurso amplamente divulgado e difundido? Podemos falar de um lugar discursivo onde a moda seja fútil, assumindo uma posição-sujeito que fala contra a moda e a obsolescência; ou podemos falar de outro lugar, onde a moda seja um paradigma a ser buscado. No entanto, falarás de algum lugar, e inevitavelmente, assim como somos livres escolhendo nossas palavras, mas submissos à língua, somos livres para comprar e consumir, mas dentro de um leque de produtos.

[...] é um sujeito ao mesmo tempo livre e submisso. Ele é capaz de uma liberdade sem limites e uma submissão sem falhas: pode tudo dizer, contanto que se submeta à língua para sabê-la. Essa é a base do que chamamos assujeitamento (ORLANDI, 2005, p.50).

Este discurso a respeito do “novo” a ser buscado traz consequências sobre os produtos tecnológicos de nossos dias, sobre os saberes científicos,

de forma geral, e mesmo sobre a posição-sujeito que um indivíduo ocupa. A relação entre o indivíduo e seus objetos agora já não possui significação alguma além de seu uso prático: não exercem nenhuma sorte de constrangimento moral e ético, libertando aos poucos o indivíduo de suas responsabilidades familiares: uma relação mais liberal, mais desapegada e passível de mudanças menos dolorosas (BAUDRILLARD, 2008, p. 16). E se falamos de uma ideologia que assujeita o indivíduo do século XXI numa pura fluidez e liberdade social, a própria posição-sujeito que se ocupa também se reduz ao seu uso prático, sem constrangimentos. É preciso estar disposto - até almejar - desapegar-se e trocar de posição-sujeito e de lugar discursivo.

E estas foram as pistas discursivas que captamos nos enunciados do filme “O diabo veste Prada”: a estimulação de competição social; a obsolescência do sujeito discursivo quando faz uso de objetos e saberes obsoletos; o abandono moral e afetivo das relações do homem tanto com os objetos, lugares, saberes, etc., até com suas posições-sujeito, que igualmente devem ser rapidamente abandonadas.

Assim concluímos, a partir desta análise, que não podemos falar de obsolescência dos produtos tecnológicos e dos saberes, sem falar da obsolescência dos sujeitos que possuem estes produtos e saberes.



UM OLHAR CTS

4. UM OLHAR CTS: O “NÃO-NOVO” E O “NÃO-VELHO”

O decurso trilhado até cá, nesta dissertação, nos sugere que ao tratarmos da questão da obsolescência teremos que partir da questão do sujeito. A ideologia capitalista/cientificista envolve e assujeita o sujeito pós-moderno na efemeridade fluida de todos os sentidos discursivos, pois numa sociedade fundamentada na competição, o sujeito não pode ser visto coexistindo com nada que esteja fora de seu tempo, atrasado. Não pode ser visto detendo saberes ultrapassados, produtos ligeiramente antiquados, nem usufruindo de lazeres que ninguém mais usufrui, tampouco deve manter por muito tempo sua posição-sujeito. Se quiser vencer a competição capitalista de nosso século, deve o sujeito buscar perenemente pelo “novo” e ser feliz por esta fluidez contínua. Deve ser capaz de abandonar – e sem consternações – objetos não-novos, saberes não-novos, amigos não-novos, lugares não-novos, posições-sujeito não-novas. O “não-novo”, que apesar de “não-velho”, já não é mais adequado e está fora do tempo correto.

E fora isto o que captamos nas análises feitas no capítulo anterior. Ficou evidente que o discurso capitalista envelhece precocemente as relações do sujeito com o mundo. A análise do filme “A última gargalhada” nos mostrou uma sociedade moderna que possuía sentidos mais duradouros, e nos evidenciou, também, a importância das posses, dos saberes, dos lugares enfim, das relações do homem com o fora-si, na constituição do si. E como o sujeito se faz linguagem para o outro que o vê coexistindo com estes mesmos elementos de mundo. Nas propagandas da Intel percebemos esta relação sendo adulterada, lançada num perene movimento de descarte-aquisição de relações e de posições-sujeito. E no filme “O diabo veste Prada” captamos este assujeitamento competitivo que impele o sujeito pós-moderno a uma constante “renovação”.

Contudo tais análises não se encerram nelas mesmas. Serviram ao propósito de dotarmos de opacidade o discurso da fluidez e da obsolescência

pós-moderna, do qual se percebe grande influência (de tal Formação Ideológica) sobre toda a sociedade.

Este discurso da fluidez e da obsolescência acaba por assujeitar toda a sociedade dos séculos XX e XXI, em todas suas áreas de atuação. O sujeito - ao assumir uma posição-sujeito que incorpora a competição pós-moderna capitalista, ou seja, que faz da própria competição um dos atributos que compõem seu lugar discursivo - deve coexistir com a materialização do “novo”, e ser “novo” ele mesmo, tomando emprestado destes novos objetos, saberes, lugares, pessoas, etc., seu caráter de novidade, e sendo, ele mesmo, um sujeito-novidade. Sendo perenemente “novo”, este sujeito não cairá em desuso e não será retirado do jogo; estará, sim, apropriado para competir e vencer a corrida fluida da pós-modernidade, como vimos na análise da personagem “Andy”, de Anne Hataway (O diabo veste Prada).

O “novo” não é nada a não ser uma ideia fantasiada pelo homem. Por não ser uma materialidade e sim uma ideia - um conceito - existe apenas no plano das palavras, sofrendo as mesmas manipulações ideológicas e históricas e políticas que perpassam todo o discurso. O “novo”, no entanto, apesar de ser palavra, é um adjetivo, logo precisa se consubstanciar em algo material para existir. Novo quê? Sem um automóvel, um celular, um amigo, um saber etc. onde corporificar-se, o “novo” não pode existir. Contudo, por não ser natural no mundo, o “novo” é manejado e atribuído de forma arbitrária segundo questões políticas e ideológicas.

E fora isto que percebemos como sendo um dos fundamentos para a ideologia capitalista e seu discurso pós-moderno. Filmes, propagandas, músicas, novelas, noticiários, etc.: todos reforçam o ideário da competição e da fluidez capitalista atribuindo arbitrariamente o sentido de “novo” ao que for pertinente à lógica do mercado. O discurso sobre o “novo” faz dele mesmo um “objeto de desejo” a ser perenemente buscado. Cada propaganda divulga não só seu próprio produto na intenção de vendê-lo, mas vende também um estilo de vida fundamentado no “novo”: novo Ultrabook, novo Cross-Fox, novo Iphone 5s, novo Google-Glass, novo “eu”. O sujeito é assujeitado sob uma

ideologia que rechaça o “velho” e cultua o “novo”, logo, o sujeito mesmo não pode ser obsoleto, mas perenemente atualizado. E quais são as consequências desta fluidez quando pensamos os produtos tecnológicos e os saberes científicos? Serão eles descartados ainda em condições de uso, tal como na propaganda do Ultrabook Conversível?

A discussão sobre obsolescência é de grande importância para o campo CTS (Ciência, Tecnologia e Sociedade), no que diz respeito aos estudos sobre as tecnologias na sociedade, e também quando se propõe a analisar a produção de saberes e suas implicações éticas: de que forma a competitividade e a obsolescência atingiram a ciência? Por outro lado, é possível buscar por pistas discursivas que revelem o papel da própria ciência e tecnologia nesta “efemerização” social que atinge a pós-modernidade, tal como um movimento dialético: a ciência legitima a obsolescência enquanto a sofre.

Mas e o que é CTS? A que se propõe e qual sua importância? O campo “Ciência, Tecnologia e Sociedade” se preocupa com os caminhos que vem seguindo a ciência contemporânea, suas implicações tecnológicas, sociais, filosóficas, linguísticas, etc (GARCÍA, CEREZO, & LÓPEZ, 1996, p. 12). Ele nasce a partir das preocupações decorrentes dos pós-guerras (primeira e segunda guerras mundiais, guerra fria, Vietnã, Kosovo, Iraque, etc.), estas cada vez mais tecnológicas. Este campo busca pensar a produção de saberes na pós-modernidade se colocando de forma crítica (sem demasias em ataques nem defesas) e suscitando reflexões de cunho multidisciplinar.

Segundo os autores da obra “Ciencia, Tecnologia y Sociedad” (GARCÍA, CEREZO, & LÓPEZ, 1996, s/tradução para o português) a ciência não se limita aos muros das universidades ou de instituições especializadas. Ela chega até a sociedade e interfere, transforma e condiciona a visão de mundo. A implicação ética desta inserção é de grande importância, pois faz a vida mais cômoda ao mesmo tempo em que oferece muitos perigos (GARCÍA, CEREZO, & LÓPEZ, 1996, p. 19). Suas promessas, suas verdades e poder de legitimação colocam a ciência moderna num patamar jamais alcançado na história humana,

vertendo-se no novo paradigma da verdade: até os governantes se pautam na ciência mesmo para definir leis morais como aborto, eutanásia, maioridade penal, etc.

A crítica à ciência (algumas moderadas, outras demasiadamente pretensiosas) ainda é embrionária, apesar de não ser recente, e assim sociedade e academia continuam tendo a concepção tradicional da ciência-tecnologia como sendo uma atividade autônoma, neutra e que busca benefícios para a humanidade. Esta concepção é legitimada (e envolta em certa infalibilidade) desde o currículo no ensino fundamental, passando por uma mídia que faz uso da verdade da ciência, e finalmente por um ideário que chegou e viciou os saberes comuns: os homens pós-modernos já não falam sobre suas verdades regionais, folclóricas e culturais, mas fazem uso de fragmentos de argumentos científicos em seus cotidianos, diálogos e costumes que, por sua vez, legitimam o poder desmedido da ciência sobre toda a sociedade (GARCÍA, CEREZO, & LÓPEZ, 1996, p. 26).

Foi pensando em todas estas questões que profissionais e teóricos de diversas áreas se uniram para contribuírem com seus múltiplos saberes para pensarem a ciência e a tecnologia agindo na sociedade (CTS). Os filósofos trazem questões epistemológicas, os sociólogos buscam implicações sociais da ciência, etc. E os linguistas possuem ampla área de atuação neste campo, incitados, por exemplo, a buscarem pelo discurso científico legitimado por uma ideologia capitalista que, por sua vez, faz uso destes dizeres para se legitimar e se manter vigente. E as perguntas CTS que nos propomos contemplar nesta dissertação são: quais as consequências da modernidade fluida, competitiva e efêmera sobre a produção de saberes e tecnologias? Como se porta a ciência frente ao paradigma do consumismo? E de que forma a própria ciência contribui para a célere obsolescência de todos os sentidos pós-modernos?

O instituto IDC Brasil (www.idcbrasil.com.br) faz levantamentos e prognósticos para o mercado de tecnologia. Em seu site são publicados releases sucintos dos números da tecnologia no Brasil:

O que era uma previsão, agora é fato: os smartphones estão mesmo entre os bens mais adquiridos pelos brasileiros. Somente em 2012 foram vendidos 16 milhões de celulares inteligentes no país, segundo estudo que acaba de ser divulgado pela IDC [...]. Este número é 78% maior do que o apontado em 2011, quando foram comercializados aproximadamente nove milhões de aparelhos (IDC, 2013).

Os celulares convencionais já foram ultrapassados em número de vendas pelos Smartphones. Esta informação já impressiona por si só, haja vista o valor/aparelho pago a mais. Todavia é igualmente impressionante o próprio número de smartphones vendidos no Brasil em 2012: 16 milhões. Perguntas residuais nos acercam diante de tais números. Questões sobre economia, meio ambiente, o universo digital, questões sociais, linguísticas, tecnológicas e muitas outras. A cada desdobramento deste caberia uma tese.

O grande volume de vendas aumenta a produção, gera empregos, faz girar o capital, etc. Mas gera toneladas de lixos não recicláveis que são lançados na natureza que não poderá reabsorver estes recursos. O universo digital, fundamentado nas inúmeras redes sociais via internet, faz funcionar diversos universos paralelos, com regras próprias, dizeres próprios, etc. Por outro lado vemos claramente que estas tecnologias não chegam a todas as classes sociais, o que aumenta o abismo entre elas, elevando também as conseqüências desta diferença social.

Novas necessidades são criadas, e como as próprias necessidades mudam, os objetos devem mudar para suprir esta nova realidade. E como mudam com muita frequência, as relações afetivas (relativas à durabilidade e à solidez) já não são mais capazes de atribuir qualquer significação afetiva aos objetos. Entre o indivíduo e suas posses agora já não há significação alguma além de seu uso prático: não exercem nenhuma sorte de constrangimento moral, libertando, gradualmente, o indivíduo de suas responsabilidades sociais, familiares e para com ele mesmo (BAUDRILLARD, 2008).

Eis o círculo vicioso da fluidez pós-moderna: todas as inovações e personalizações “efemerizam” os produtos tecnológicos. Limitam a duração de

um produto, forçando uma nova aquisição, simplesmente sobrepondo lentamente os atuais por outros mais tecnológicos e divulgando massivamente o discurso sobre o “novo”. O objeto “não-novo” deixará de agradar e se tornará antiquado mesmo que conserve sua qualidade funcional intacta (BAUDRILLARD, 2008, p. 164). Assim, quando os atributos técnicos de um produto estiverem obsoletos em relação a outro, este incidirá fortemente na constituição da valoração de ambos: o novo constitui o obsoleto e o obsoleto constitui o novo. Em outras palavras, o discurso sobre o “novo” precisa do obsoleto para se constituir, para falar a partir do lugar da “novidade”, necessitando do “antiquado” como antagonista.

Esta dicotomia é necessária para este movimento de liquidez social, contudo acaba por exigir, dela mesma, o alto preço de uma renovação brutal e quase insustentável, como vemos nas chamadas jornalísticas abaixo:

The screenshot shows the G1 website interface. The header includes the G1 logo, the text "Tecnologia e Games", a search bar, and a "oferecimento" button. A navigation bar contains links for "Editorias", "Economia", "Sua região", "Na TV", "Serviços", "VC no G1", and "Princípios editoriais", along with "Caravana G1" and "Salão de Milão". The main article is dated "16/03/2012 11h50 - Atualizado em 16/03/2012 11h50" and has the headline "Mesmo sem data para iPad no Brasil, donos querem se livrar do 'antigo'". The sub-headline reads: "Terceira geração do tablet chega a 10 países nesta sexta-feira (16). Em loja oficial, preço do iPad 2 caiu quando o novo foi anunciado." To the right is a "PUBLICIDADE" banner for "horóscopo no seu celular". At the bottom of the article, it lists the author "Laura Brentano" and shows social media interaction: "57 comentários", "164" tweets, and "525" recommendations. A "Tecnologia e Games" tag is visible at the bottom right.

The screenshot shows the G1 website interface. The header includes the G1 logo, the text "TECNOLOGIA E GAMES", a search bar, and a "oferecimento" button. A navigation bar contains links for "Editorias", "Economia", "Sua região", "Na TV", "Serviços", "VC no G1", and "Princípios editoriais", along with "Caravana G1" and "Salão de Milão". The main article is dated "08/11/2013 19h47 - Atualizado em 08/11/2013 20h44" and has the headline "Brasileiros já podem se cadastrar em pré-venda de novos iPhones". The sub-headline reads: "TIM e Claro iniciam venda de iPhone 5S e iPhone 5C em 22 de novembro. As operadoras abriram cadastro para pré-venda nesta sexta-feira." At the bottom of the article, it lists the author "Do G1, em São Paulo" and a "Tweet" button.

AUTO ESPORTE AUTO ESPORTE MOTOS

G1 | CARROS | MOTOS | MARCAS | LANÇAMENTOS | SERVIÇOS | VÍDEOS | REVISTA | PRINCÍPIOS EDITORIAIS | SALÃO DE MIL

22/10/2013 12h49 - Atualizado em 30/10/2013 08h32

Ducati confirma nova 1199 Superleggera para o Brasil por R\$ 280 mil

Modelo será a motocicleta comercial mais cara do Brasil. Com 200 cv de potência, apenas 500 unidades serão vendidas no mundo.



PUBLICIDADE

Amor à Vida
Conheça já

Motos
veja tudo sobre >

Auto Esporte

Últimas notícias

G1 | MUNDO 

Editorias | Economia | Sua região | Na TV | Serviços | VC no G1 | Princípios editoriais | Caravana G1 | Salão de Milão

18/10/2013 10h40 - Atualizado em 18/10/2013 10h40

Casal chinês vende filha e compra iPhone com parte do dinheiro

Xangai (China), 18 out (EFE).- Um jovem casal chinês será julgado por tráfico de pessoas em Xangai após vender ilegalmente sua filha, em um caso especialmente escandaloso porque, depois da transação, os pais usaram parte do dinheiro para comprar um iPhone.

EFE: PUBLICIDADE

Buscape
dá um busca

Smartphone
Galaxy Grand Duos
a partir de
R\$ 1099,00

Mundo
veja tudo sobre >

Consequências? Filas de espera ao redor do mundo para comprar um novo modelo do Iphone, e um precoce repúdio pelo modelo anterior, chamado de antigo pela chamada jornalística. Uma motocicleta que custa R\$ 280.000,00. E o que falar de pessoas que se libertam moralmente ao ponto de venderem uma filha e adquirirem um Iphone com o dinheiro da venda? Exageros? Exceções? De fato o sujeito pós-moderno tem uma incrível capacidade de comprar produtos demasiadamente caros enquanto veem passivos outras pessoas passando por necessidades extremas. Uma frieza justificada por uma competitividade social que pressupõe, afinal, o antagonismo

“vencedor/perdedor”, tal como o já citado antagonismo “novo/velho”. Quando olha para o mercado - e se faz para o mercado, a ciência/tecnologia legitima justamente este movimento anti-humanista que efemera todas as relações: obsolescências que rechaçam o “não-novo”, o “não-sucesso”, o “não-competitivo”.

Imersos numa ideologia que celebra o desenvolvimento tecnológico como o maior triunfo da ciência moderna, outra consequência se divisa: o sujeito pós-moderno é assujeitado (também) como uma máquina. Ele percebe a realidade através de máquinas e dispositivos - televisores, computadores, fotografias, celulares, microscópios, telescópios etc. - e aprende, desde a infância, que seu corpo é uma complexa máquina, seu cérebro um poderoso computador, e a sociedade uma estrutura (GARCÍA, CEREZO, & LÓPEZ, 1996, p. 19). E se o universo dos dispositivos tecnológicos existe em perene renovação e “evolução”, o próprio sujeito concebe-se a si em necessidade de renovação e evolução. Sendo assujeitado como uma máquina ou mercadoria (BAUMAN, 2007, p. 34), o discurso desenvolvimentista, que aspira ao novo e repele o velho, se faz natural e transparente.

Sendo uma máquina que necessita ser perenemente renovada, conseqüentemente o sujeito pós-moderno confia na ciência e na tecnologia como um dia confiou em Deus ou no Estado, no entanto as regras desta nova religião impõem estilos de vida diferentes, mas igualmente contundentes. As regras são: a eficácia, o poder de competitividade, a facilidade de livrar-se do “não-novo”, mesmo que “não-velho”. Uma vez nas mãos do capital, a ciência produz incessantemente não mais com o objetivo de aliviar as cargas da vida humana, mas sim imersos na constante exigência pelo lucro (BOURDIEU, 1970, p. 52).

Vivemos uma contradição insuperável: se por um lado tememos a ciência, não podemos deixar de confiar nela, afinal, a mesma ciência que nos dá o chuveiro elétrico cria armas de destruição em massa (GARCÍA, CEREZO, & LÓPEZ, 1996, p. 22). No entanto este assustador avanço tecnológico, que se faz cada vez mais presente no cotidiano de cada vez mais pessoas, trabalha

como um sedutor aliciador ideológico. O discurso científico por trás de cada propaganda de celular, automóveis, notebooks, etc., consegue silenciar as fragilidades éticas da ciência/tecnologia diante de tantas fascinantes promessas materializadas em cada gadget, noticiário científico ou roda de conversa que usa a ciência como argumento.

Em última instância, ousaríamos afirmar que esta fluidez, que liberta o sujeito de suas responsabilidades sociais, se torna o motor de um grande movimento que cria e aparta classes de forma cada vez mais abissal. Livre para competir, pronto a se desapegar de objetos, pessoas, identidades, saberes, etc., o sujeito pós-moderno está livre para preocupar-se consigo mesmo sem constrangimentos morais e éticos, livre para vencer, livre para consumir. Somos máquinas cada vez menos humanas, imersas num contexto histórico-ideológico que celebra a insensibilidade da liberdade plena, exalta a indiferença diante de toda e qualquer relação humana que, afinal, deve significar apenas segundo sua função num determinado instante da competição.

Os saberes científicos também se mostram regidos por estas mesmas regras. O boletim informativo da FAPESP, de Novembro de 2011, não somente aponta o incrível número de publicações científicas como também marca o esforço competitivo do estado de São Paulo:

Pesquisadores no Estado de São Paulo publicaram, de 2008 a 2010, 43.535 artigos científicos em revistas cadastradas no Web of Science, quantidade que supera a de todos os países latino-americanos (Tabela 1), exceto o Brasil. O Brasil lidera a produção de artigos científicos em relação aos principais países da América Latina, tendo publicado 94.622 trabalhos em periódicos científicos internacionais indexados pelo Web of Science no período 2008 a 2010. O número de publicações brasileiras foi 25% maior do que a soma dos trabalhos de México, Argentina, Chile, Colômbia e Venezuela, que juntos publicaram 75.665 artigos entre os anos citados. São Paulo representou 25,5% da produção na América Latina, se considerada a soma dos países já mencionados (FAPESP, 2011).

Os números de publicações já são apresentados dentro de um contexto de concorrência, carregados de alta carga ideológica que assujeita o pesquisador a produzir competitivamente. O resultado é uma incrível quantidade de artigos publicados a cada ano, o que leva, segundo Bourdier (1970) e Latour (2000), não a uma procura pela verdade e pela melhoria da vida humana, mas acaba por fazer funcionar um movimento que se baseia nele mesmo, cuja regra é o próprio movimento: a própria produção de saber por si mesma, fomentada pelo capital e pela competição perene de seus competidores. A que se prestariam os campos da física, farmácia, medicina, linguagens, filosofia, etc.? Seus ideais humanistas sucumbem diante de um paradigma competitivo, financiado pelo capital (BOURDIEU, 1970, p. 49).

Assim, podemos aferir com clareza que a produção científica do século XXI também é fluida por conta da competitividade acirrada da pós-modernidade. O sujeito, que coexiste com suas posses, saberes, relações pessoais, etc., não pode ser visto com saberes obsoletos, nem pode ficar estagnado na produção destes mesmos saberes: deve produzir mais, e produzir novos e muitos saberes, atualizados, divulgados, reconhecidos. A consequência é a fragmentação das narrativas, como propôs Lyotard (1993), e a possibilidade de fundamentação de toda sorte de certezas, segundo a intenção de cada sujeito angustiado por alguma dúvida (SARTRE, 1997).

Bauman aborda esta problemática em sua obra “Modernidade e Ambivalência” (1999), onde o autor evidencia os projetos e as promessas feitas na revolução científica do século XV, revoluções que prometiam a libertação da mão pesada da igreja e a criação de novos sólidos fundamentos para a vida humana. No entanto este estado de competição, efemeridade e fluidez que alcançou a produção de saberes, trouxe consigo uma ambivalência inerente. Diz-se de ambivalência, nas ciências, para a produção de saberes em larga escala ao ponto de que uma ponta não tome conhecimento da outra, e produzam, sob a mesma ciência (e seus métodos), dizeres antagônicos e até paradoxais, sob o subterfúgio de uma heterogeneidade consentida.

O que o autor ressalta, no decorrer desta obra, é que esta soma de elementos da modernidade (competitividade, fluidez e ambivalência), na ciência, faz funcionar regras herméticas que se fundamentam nelas mesmas, regras estas que acabam por excluir questões morais e éticas, existindo numa esfera deveras artificial, e já não diz mais respeito aos seres humanos. Mas os problemas continuam a crescer. A modernidade colocou a humanidade em uma encruzilhada ameaçadora: ou aceita o desprezo da ética e a desqualificação da moral pelos cientistas, ou questiona os valores e ações propostas por tais racionalistas, pois que, ambivalente, a ciência torna-se um mero dizer sofisticado a respeito de artificialidades humanas - longe dos ideais Iluministas - mas ainda assim saberes submetidos a jogos políticos e econômicos (BAUMAN, 1999, p. 30-32).

A velocidade da obsolescência alcançou a produção científica e tecnológica nos séculos XX e XXI, regidos pelo ideal capitalista que compreende uma produção competitiva e efêmera de todos os elementos que cercam o sujeito pós-moderno. E a própria ciência/tecnologia, fomentada pelo mercado capitalista competitivo, faz funcionar estes dizeres de legitimação ideológica que assujeita para o consumo. Sujeitos mecânicos, efêmeros, competitivos, consumistas, líquidos: “não-humanos”.

5. REFERÊNCIAS

ACHARD, P. et al. **Papel da memória**. Tradução José Horta Nunes. Campinas: Pontes, 1999.

ALTHUSSER, L. **Aparelhos ideológicos de estado**. Tradução Walter José Evangelista, Maria Laura Viveiros de Castro. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

BAKHTIN, M. V. O discurso no romance. In: _____. **Questões de literatura e de estética: a teoria do romance**. Tradução Aurora Fornoni Bernadini, et al. São Paulo: Unesp, 1998.

_____. **Marxismo e filosofia da linguagem**. Tradução Michel Lahud, Yara Vieira. São Paulo: Hucitec, 1999.

BALAZS, B. **Theory of the film**. New York: Dover Public. Inc., 1970.

BARROS, D. L. **Teoria Semiótica do texto**. São Paulo: Ática, 1990.

BAUDRILLARD, J. **O Sistema dos Objetos** (5 ed.). (Z. R. Tavares, Trad.) São Paulo: Perspectiva, 2008.

BAUMAN, Z. **A liberdade**. Tradução Maria Fernanda Gonçalves de Azevedo Lisboa: Estampa Lda, 1989.

_____. **O mal-estar da pós-modernidade**. Tradução Mauro Gama, Claudia Matinelli Gama. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

_____. **Modernidade Líquida**. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **Vidas desperdiçadas**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

_____. **Vida Líquida**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

_____. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

_____. **Capitalismo parasitário: e outros temas contemporâneos**. Tradução Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

BERMAN, M. **Tudo o que é sólido se desmancha no ar**. Tradução Carlos Felipe Moisés. São Paulo: Schwarcz Ltda, 1986.

BUCCI, E.; KEHL, M. R. **Videologias**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

CANIATO, Angela Maria Pires; RODRIGUES, Samara Megume. **A construção psicossocial da competição: o engano na cumplicidade de uma falsa vida**. *Psicol. Soc.*, Belo Horizonte, v. 24, n.1, Apr. 2012.

CHAUÍ, M. **O que é ideologia**. São Paulo: Círculo do Livro, 1980.

COELHO, Fernando. **Competição, sucesso e ética em ciência**. *Quím. Nova*, São Paulo, v.29, n. 2, Apr. 2006.

CONTE, Marta et al. **Consumismo, uso de drogas e criminalidade: riscos e responsabilidades**. *Psicol. cienc. prof.*, Brasília, v. 27, n. 1, Mar. 2007.

CORACINI, Maria José R. F. Ler Pêcheux hoje: no Limiar das Dúvidas e (In)certezas. **Estudos da Língua(gem)**, Vitória da Conquista, n. 1, p. 31-40, jun. 2005.

DANNORITZER, Cosima. **Comprar, Tirar, Comprar**. [S.l.]: Media 3.14 & Article Z, 2011. 1 DVD (53 min).

ECO, U. **El signo**. Barcelona: Letra E, 1988.

ESCOSTEGUY, A. C. **Cartografias dos estudos culturais – uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FARACO, C. A. **Linguagem & diálogo: as idéias linguísticas do círculo de Bakhtin**. Curitiba: Criar edições, 2003.

FREUD, S. **O mal estar na civilização - Obras completas**. Rio de Janeiro: Imago, 1974.

GOETHE, J. W. von. **Fausto I**. Tradução Silvio Meira. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

GREIMAS, A. J. **Semântica Estrutural**. São Paulo: Cultrix/Edusp, 1973.

GRIGOLETTO, E. A. Noção de Sujeito em Pêcheux: uma Reflexão acerca do Movimento de Desidentificação. **Estudos da Língua(gem)**, Vitória da Conquista, n. 1, p. 61-67, jun 2005.

_____. Do lugar social ao lugar discursivo: o imbricamento de diferentes posições-sujeito. In II SEAD - Seminário de estudos em Análise do Discurso UFRGS, 2005, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS, 2005. Disponível em: <
<http://www.ufrgs.br/analisedodiscurso/anaisdosead/2SEAD/SIMPOSIOS/EvandraGrigoletto.pdf>
>. Acesso em: 25 jun. 2013.

GUILHAUMOU, J. M. Efeitos do arquivo: a análise do discurso no lado da história. In: ORLANDI, E. P. **Gestos de leitura: da história no discurso**. Tradução José Horta Nunes. Campinas: Unicamp, 1997.

HALL, S. **Quem precisa da identidade?** Petrópolis: Vozes, 2000.

HEGEL, G. W. **Como o senso comum compreende a filosofia**; seguido de A Contingência em Hegel de Jean-Marie Lardic. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994.

LYOTARD, J.-F. **O pós-moderno**. Tradução Ricardo Correia Barbosa. Rio de Janeiro: José Olympio, 1993.

MARX, E. **Manifesto do partido comunista**. Tradução Sueli Tomazini Barros Cassal. Porto Alegre: L&PM, 2002.

MITTMANN, S. Discurso e texto: na pista de uma metodologia de análise. In II SEAD - Seminário de estudos em Análise do Discurso UFRGS, 2005, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS, 2005. Disponível em: <
<http://www.ufrgs.br/analisedodiscurso/anaisdosead/2SEAD/SIMPOSIOS/SolangeMittmann.pdf>
>. Acesso em: 25 jun. 2013.

MORA, J. F. **Dicionário de filosofia**. Tradução Antônio José Massano, Manuel Palmeirim. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1978.

MORENO L, Arturo; TORO Z, Luis. **La televisión, mediadora entre consumismo y obesidad**. Rev. chil. nutr., Santiago, v. 36, n. 1, marzo 2009.

MUTTI, R. M. V. O primado do outro sobre o mesmo... In I SEAD - Seminário de estudos em Análise do Discurso UFRGS, 2003, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS, 2003. Disponível em: <

<http://www.ufrgs.br/analisedodiscurso/anaisdosead/1SEAD/Paineis/ReginaMariaVariniMutti.pdf>
f>. Acesso em: 25 jun. 2013.

NARZETTI, C. N. **A formação do projeto teórico de Michel Pêcheux**: de uma teoria geral das ideologias à Análise do Discurso. 2008. 190 f. Dissertação (Mestrado em Linguística e língua Portuguesa) Universidade Estadual Paulista. Araraquara: Faculdade de Ciências e Letras - Campus de Araraquara, 2008.

NIETZSCHE, F. W. **Além do bem e do mal**: prelúdio para uma filosofia do futuro. Tradução Paulo César Lima de Souza. São Paulo: Companhia das letras, 2005.

ORLANDI, E. L. P. Segmentar ou recortar. In: **Linguística: Questões e Controvérsias**. Uberaba, 1984. p. 9-26. (Série Estudos, 10).

_____. **A linguagem e seu funcionamento**: as formas do discurso. Campinas: Pontes, 1996.

_____. **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. Capinas: Unicamp, 1997.

_____. Do sujeito na história e no simbólico. **Escritos**, Campinas, n. 4, p. 17-27, maio 1999.

_____. **Discurso e texto**: formulação e circulação dos sentidos. Campinas: Pontes, 2001.

_____. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2005a.

_____. **Cidade dos sentidos**. Campinas: Pontes, 2005b.

_____. Michel Pêcheux e a Análise de Discurso. **Estudos da Língua(gem)**, Vitória da Conquista, n. 1, p. 9-13, jun. 2005c.

PÊCHEUX, M. Analyse du discours: trois époques (1983). **L'Inquiétude du Discours**; textes de Michel Pêcheux, p. 295-302, 1990.

_____. Le discours: structure ou événement? **L'Inquiétude du Discours**; textes de Michel Pêcheux, p.303-323, 1990.

_____. A análise de discurso: três épocas (1983). In: **Por uma análise automática do discurso**; uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Tradução Jonas de Araújo Romualdo. Organizadores Francaise Gadet, Tony Hak. Campinas: Unicamp, 1993.

_____. **Semântica e Discurso**: Uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução Eni Pulcinelli Orlandi, et al. Campinas: Unicamp, 1995.

_____. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Tradução Eni Pulcinelli Orlandi. Campinas: Pontes Editores, 2008.

PÊCHEUX, M.; FUCHS, C. **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução a obra de Michel Pecheux. Tradução Bethania Mariani, et al. Organizadores Francaise Gadet, Tony Hak. Campinas: Unicamp, 1997.

RAMOS, Conrado. **Consumismo e gozo: uma compreensão de ideologia entre T.W. Adorno e J. Lacan**. *Psicol. USP, São Paulo*, v. 19, n. 2, June 2008.

RODRIGUES, I. C. Paráfrase e polissemia: os sentidos possíveis da palavra “sistema” no discurso das cotas de acesso à universidade pública. **Cadernos de Letras da UFF – Dossiê: Linguagem, usos e ensino**, n. 43, p. 119-136, 2011.

ROMÃO, L. M. S.; BENEDETTI, C. R. O corpo e o discurso midiático. In I SIMELP - Simpósio Mundial de Estudos da Língua Portuguesa, 2008, São Paulo. **Simpósio...** São Paulo: USP, set. 2008.

SALAMA, Pierre. **Globalização e competição**. *Estud. av.*, São Paulo, v. 23, n. 66, 2009.

Sartre, J.-P. **O ser e o nada**. Tradução Paulo Perdiggão. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

VASCONCELLOS-SILVA, Paulo Roberto et al. **As novas tecnologias da informação e o consumismo em saúde**. *Cad. Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v.26, n. 8, Aug. 2010.

WOODWARD, K. **Identidade e diferença**: introdução teórica e conceitual. Petrópolis: Vozes, 2000.

XAVIER, I. **O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência**. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

SCALICE, Régis Kovacs; ANDRADE, Luiz Fernando Segalin de; FORCELLINI, Fernando Antonio. **Procedimento para seleção de interfaces para produtos modulares baseado no ciclo de projeto de produtos**. *Prod.*, São Paulo, v.22, n.4, Dec. 2012. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132012000400007&lng=en&nrm=iso>. access on 05 Nov. 2013. Epub Nov 09, 2012. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-65132012005000085>.