

José Homero de Souza Pires Júnior

A TEMPORALIDADE DO
TEXTO ANUNCIATIVO TELEVISIVO (TAT)

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, como requisito para a obtenção do título de Doutor em Ciências da Comunicação.

Orientadora: Prof. ^a Dr. ^a Elizabeth Bastos Duarte

São Leopoldo

2006

A meu pai, José Homero de Souza Pires (1931-2005), a quem devo a música.

Agradecimentos à Universidade Federal de Pelotas (UFPel), Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e CAPES;

À Sandra Nunes Leite, colega de doutorado, companheira de vida;

A todos aqueles que ajudaram nessa caminhada.

RESUMO

A tese estuda o Texto Anunciativo Televisivo (TAT) – texto dos intervalos na programação da TV – para experimentar a hipótese de que o tempo interno discursivo funciona como fator de sensibilização passional a serviço do convencimento inerente aos processos comunicacionais. O objetivo principal do estudo é realizar uma análise do *tempo interno* do discurso, com base em categorias temporais semióticas: os tempos cronológico, rítmico, mnésico e cinemático. O quadro teórico-metodológico da tese se encontra na semiótica da Escola de Paris (semiótica greimasiana), base em que se analisam os textos televisivos na perspectiva comunicacional midiática em conformidade com as noções de narratividade, temporalidade e passionalidade. Orientando-se por esse foco definido, em sua maior extensão, a tese reflete ainda sobre o objeto da comunicação, em perspectiva epistemológica, e sobre outras perspectivas teóricas pertinentes ao objeto empírico (TAT). As conclusões do estudo apontam para o rendimento heurístico da hipótese do tempo como sensibilizador passional no discurso do TAT e admitem ainda que a *hipótese* experimentada – configuradora de um *objeto teórico* temporal-passional – e a *metodologia* usada tenham potencial generalizante que as tornem compatíveis com o estudo de outros gêneros e formatos midiáticos.

Palavras-chave: Comunicação. Mídia. Publicidade e Propaganda. Semiótica. Narrativa. Tempo. Paixão. Análise audiovisual.

ABSTRACT

The thesis studies the television advertising text (TAT), texts in commercial breaks on TV, seeking to try out the hypothesis that the internal time of discourse works as a factor of passionate sensitization on behalf of the persuasion that is inherent in the communicational processes. The main goal of this study is to carry out an analysis of the discourse internal time, based on semiotics time categories: chronological, rhythmic, mnesic, Kinematic time. The theoretical-methodological framework of the thesis lies on the semiotics of the School of Paris (greimasian semiotics). On such basis, television texts are analyzed within the media communicational perspective in accordance with the notions of narrative, time and passionateness. Guided mostly by this definite focus, the thesis also reflects about the object of communication in epistemological perspective and about other theoretical perspectives pertaining to the empirical object (television advertising text). The conclusions point to the heuristic power of the time hypothesis as a passionate sensitivity activator in the TAT discourse and admit that both the experimented hypothesis (which configures a temporal-passionate theoretical object) and the methodology used have a generalizing potential that makes them compatible with the study of other genre and media formats.

Key words: Communication. Media. Semiotics. Narrative. Time. Passion. Audiovisual analisis.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 PERSPECTIVAS CONSTITUINTES DA PESQUISA.....	21
2.1 ELEMENTOS PARA UM OLHAR COMUNICACIONAL.....	21
2.2 A NOÇÃO DO OLHAR COMUNICACIONAL.....	26
2.3 CLIVAGENS.....	34
2.4 PERCEPÇÕES CONFIGURADORAS DO OBJETO.....	46
3 CENTRALIZAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA.....	54
3.1 O TAT E O INTERVALO TELEVISIVO.....	56
3.2 PUBLICIDADE E PROPAGANDA: PROBLEMAS TEÓRICOS.....	59
3.3 PERSPECTIVAS AMPLAS SOBRE O TAT.....	63
3.3.1 Estratégias e consumo.....	65
3.3.2 Intervalo como um lugar do <i>bios</i> virtual.....	68
3.3.3 A sintaxe do TAT: algumas implicações.....	72
3.4 O TEMPO NA CONVERSAÇÃO AUDIOVISUAL.....	74
3.4.1 Ações <i>no/do</i> tempo.....	76
3.5 COMUNICAÇÃO COMO CONVENCIMENTO.....	77
3.5.1 Jogo e comunicação.....	77
3.5.2 A incomunicabilidade do tempo.....	82
3.6 CATEGORIZAÇÕES DO TEMPO E DISCURSIVIDADE.....	85
3.6.1 Linearidade, extensão e junção.....	85
3.6.2 Os componentes passionais.....	87
3.6.3 Tempo e audiovisualidade: o objeto genérico e suas perspectivas	89
4 METODOLOGIA.....	91
4.1 NÍVEIS METODOLÓGICOS.....	91
4.2 SENSO COMUM, HIPÓTESE E FRUIÇÃO.....	95
4.3 <i>CORPUS</i> OU EXEMPLOS ANALÍTICOS.....	99
4.4 PERSPECTIVA DE UM MODELO COMUNICACIONAL.....	105
4.5 OS TEMPOS CRONOLÓGICO, RÍTMICO, MNÉSICO, CINEMÁTICO.....	112
4.6 PROCEDIMENTOS ANALÍTICOS.....	118
4.7 CONCEITOS METODOLÓGICOS.....	121

4.8 TAT DA RENNER, CANAL DA GLOBO (DEZEMBRO DE 2002).....	126
4.9 TAT DA BRASILPREV.....	138
4.10 TATs DO PT (“ORDEM E PROGRESSO” E “AGORA É LULA”).....	144
4.11 TAT DA BRAHMA BOCK.....	150
4.12 INDICADORES TIPOLOGICOS NOS TATs BRASTEMP, CORREIOS, PHILCO E SKOL.....	154
5 CONCLUSÕES.....	161
5.1 OBSERVAÇÕES TRANSVERSAIS SOBRE TEMPO E PASSIONALIDADE.....	161
5.2 A (IN)COMUNICABILIDADE DA TEMPORALIDADE: O CONFRONTO DOS TEMPOS.....	166
5.3 OBJETO TEMPORAL AUDIOVISUAL: A PERCEPÇÃO DE MOMENTOS..	170
5.4 PERSPECTIVAS E AVALIAÇÕES FINAIS.....	175
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	183

1 INTRODUÇÃO

Introduzir o texto de uma pesquisa é tarefa que se pode fazer de muitas maneiras; entre elas tem lugar a que procura situar o leitor buscando perceber os meandros da gênese e do desenvolvimento de certas idéias norteadoras do trabalho. Começamos por tratar do ponto inicial mais marcante do percurso da pesquisa. Ele parece ter sido a reflexão acerca da *Música* (área de origem do pesquisador) e da *Comunicação* (área de chegada), com o propósito de produzir a conexão possível entre ambas para uma pesquisa em comunicação.

O aspecto saliente na reflexão dizia respeito ao propósito justificador do projeto cuja autoria poderia se mostrar curiosa ao campo comunicacional, na medida em que se fazia por um (então) agente de campo distinto, o musical. Nesse âmbito de preocupação, a tendência era considerar oportuna, ou mais “segura”, a escolha ou de um objeto, ou de uma abordagem de conceitos teóricos reconhecíveis e pertinentes para ambos os campos e, portanto, para o próprio pesquisador que se

punha à prova em sua capacidade de fazer frente àquele salto entre campos e aos riscos daí decorrentes.

Ora, música e comunicação, colocadas nesse quadro de comunhão que se queria construir, de início faziam ver que a primeira pode ser tomada como uma forma de comunicação, onde as interações sociais ocorrem em relação à semiótica particular (musical); a segunda, ainda que vista como englobante teórica na perspectiva que se queria manter, poderia fornecer também os fenômenos passíveis de certa “musicalização”. Pode-se ver, em música, um processo comunicacional em que estruturas musicais e sociais se corresponderiam – sem esquecer aqui, embora apenas como apontamento, do “problema do curto-circuito” de Bourdieu, não enfrentado na tese: o problema consiste em tentar “conectar”, sem a devida explicação, *estruturas* internas da produção cultural às externas (sociais), passando por cima dos *campos sociais*¹ enquanto conceitos conectores construídos pelo sociólogo francês (BOURDIEU, 1996; 2003).

Com tal ressalva, pode-se falar na operação fundamental que resultou no objeto temporal-audiovisual estudado. De certa forma, buscava-se desenvolver uma idéia estrutural muito próxima da música, a idéia de tempo, ainda que a área musical não a estudasse suficientemente como *suporte* para a pesquisa que se queria desenvolver; por outro lado, queria aproveitar-se da área da comunicação sua vertente semiótica (greimasiana) para desenvolver aquela idéia estrutural.

O momento mais específico, aglutinador e decisivo, parece ter sido aquele em que se concebeu o estudo do tempo – de um tempo discursivo que seria algo semelhante à música –, que veio depois a nortear a escolha do objeto empírico.

¹ O conceito de campo, em síntese, dá conta de um micro-universo social em que agentes, instituições e capitais funcionam com determinadas leis próprias, em relativa autonomia ao todo social. Apesar da relevância do problema do curto-circuito, o conceito não será trabalhado na tese, servindo apenas aqui como horizonte em que se situam certos aspectos do presente trabalho.

Pode-se recordar vivamente o momento posterior em que surgiu a idéia de uma *sintaxe temporal* do *Texto Anunciativo Televisivo* (TAT) – preliminarmente, definido como o texto (anúncio, comercial, propaganda) que se apresenta nos intervalos da programação televisiva. Tal experiência cristalizadora correspondia à percepção de que não somente a música poderia ser vista e reconhecida “como música” (uma construção temporal), mas também outras manifestações textuais, outros sistemas semióticos, poderiam ser vistos musicalmente. O que significava isso para quem estava problematizando uma justificação de projeto doutoral? Significava encontrar o *elo* entre elementos de duas áreas através da idéia de *musicalidade expandida* que parecia reunir em si interesses musicais e comunicacionais que eram, ainda, oblíquos e confusos.

O que seria o tempo em Música e em Comunicação? A pergunta se revestia de grande interesse para quem vinha de uma área em que o tempo em si não era problematizado, não pelo menos com a mesma riqueza científica que se encontrava em Comunicação, especialmente, em sua vertente semiótica. Foi então um *achado excepcional* encontrar em Paolo Fabbri (1999) a idéia de que *o tempo* se constituía na forma de expressão das paixões humanas... e que isso daria a base para aquele *elo* entre as áreas. A riqueza de tal encontro residia nas possibilidades de se analisar um texto musical ou um texto audiovisual a partir de bases comuns.

Antes da categoria de tempo ser firmada, a fase em que a música teve lugar proeminente alcançou a idéia de musicalidade expandida; também foi pensada inicialmente uma classificação dos tipos musicais nos TATs. Ora, tal classificação logo se revelou limitadora da abordagem global do texto segundo a musicalidade expandida, além de trazer a restrição a análises musicais tão-somente (de uma só semiótica); depois dessa fase, mantendo a idéia de musicalidade expandida para daí

tirar uma categoria, chegou-se à noção de tempo, sendo que a música mudou de *englobante* para *englobada*, estando aí subsumida como manifestação dele, espécie de condensação específica correlata aos processos temporais globais do texto. Enfrentar, no final do primeiro ano de atividades no doutorado, o problema da definição da noção de tempo, para render mais rigor analítico, constituiu-se então no achado capital para construir toda a pesquisa.

A necessidade de definição cresceu também porque havia a presença freqüente da noção vaga de tempo-espaço, aqui e acolá, dentro e fora do campo comunicacional, invocando direta ou indiretamente as inovações havidas na Física do século XX; o fato da presença se fazer sentir com força, impelia ao cuidado de se dizer com qual noção se pretendia trabalhar, para não ser confundida com aquela de uso freqüente. A invocação direta ou indireta da Física não estaria longe daquele tipo de uso indevido de conceitos físicos nas Ciências Humanas e Sociais (SOKAL; BRICMONT, 1996) do que, aliás, vínhamos desconfiando há muitos anos e que estes autores corroboraram com suas análises.

Na verdade, o que se vinha observando era o fato de que amplos setores destas Ciências faziam uso reiterado de inovações epistemológicas, como se suas fossem, inovações próprias das Ciências Naturais, sobretudo da Física. Isso nunca nos pareceu correto, seja porque tais importações são muito grandes e importantes para que não se tenham discussões problematizando-as, seja porque o enfoque “epistemológico”, no qual se realizaria o processo entre dois tipos de ciência, é demasiado abstrato para dar conta das diversas implicações empíricas daquilo que se propunham como inovações científicas importadas.

Concordemos ou não com o argumento por nós apresentado ou com o livro referido, parece incontestável a importância do debate decorrente. De nossa parte, era

evidente se tratar de um equívoco querer alicerçar, em pesquisa, qualquer uso de noções como aquela de tempo-espaço nessa matriz polêmica e forçosamente duvidosa. Para a pesquisa que se construía, crescia a convicção de que era possível, e mesmo necessário, produzir noção mais clara e operacional que pudesse ser usada na análise textual. Tal direção parecia mais adequada a um pensamento comunicacional contido no seu próprio âmbito.

No tocante à perspectiva epistemológica, o que se pretendia fazer seria como estar no “lugar certo” (mais disciplinar), afastando relações equivocadas entre Ciências Sociais e Naturais. Uma dessas relações, conforme se vinha observando antes mesmo da leitura de Sokal e Bricmont, é aquela que consiste num *embasamento direto* nas Ciências Naturais, feito com transposição ingênua de conceitos, sem exame das naturezas, processos e contextos dos elementos envolvidos e, por conseguinte, sem a discussão sobre os fundamentos epistemológicos. Nesse embasamento, parece haver uma atitude de reconhecimento de certa autoridade disciplinar fundamental (menos comum nos físicos do que naqueles que se esforçam em segui-los) segundo a qual a Física corresponderia ao alfa e ao ômega dos saberes sobre a realidade.

Na verdade, não se tratava, no presente caso, de relações entre ciências distintas operando o conceito de tempo, mas apenas do objetivo refletido de realizar a pesquisa no âmbito semiótico, o detentor, *de direito*, das bases conceituais para o trabalho pretendido. Em outras palavras, quando em Comunicação, ou em outro campo do conhecimento social, se deixam de lado as propriedades do campo de saber, as proximidades possíveis, o trabalho conceitual, usando as disciplinas afins, para, ao invés, nos aventurarmos em lugares distantes (com conceitos físicos, biológicos, etc.), via de regra, acaba por faltar construção a rigorosa de conexões

entre os pontos distantes e distintos em sua natureza, com o que arriscamos cair num lugar equivocado e estéril.

Na mesma tendência de equívoco, se verifica que um lugar próximo, embora difusamente pertencente ao campo comunicacional, de alta potencialidade para pesquisa, tende a ser *desprezado*: observam-se, aqui e acolá, juízos sub-reptícios que tratam de condenar, em Comunicação, a “abordagem estruturalista”, a “análise greimasiana”, pois insinuam a idéia de que o mais adequado para a área seria uma “visada pós-estruturalista”. De um ponto de vista geral, o lugar rejeitado é altamente potente ao campo e conectado a características epistêmicas afins; de um ponto de vista específico, tal atitude sub-reptícia merece atenção, mormente no seu aspecto de pertinência com a pesquisa aqui presente.

Sem querer incorrer no mesmo erro de julgar, peremptoriamente, o que serve ou não serve em Comunicação – o que seria, a rigor, assunto para outra tese –, no que concerne ao tema deste trabalho, com suas *noções-chave* de tempo e passionalidade, se deve ponderar que o ato de ignorar ou subestimar as conquistas teóricas greimasianas e da chamada Escola de Paris seria *falta* grave, porque a pesquisa deixaria de dialogar com quem domina a problemática do tempo e das paixões e, ao mesmo tempo, ficaria impedida de apresentar a proposta empírica, ou, pelo menos, estaria sempre em débito evidente com o instrumental teórico disponível – aliás, não estamos livres do risco de débito, apenas porque queremos evitá-lo, uma vez que é muito vasta a riqueza teórica e metodológica da semiótica greimasiana, demandando dedicação rigorosa ao seu estudo.

Dito isso, lembrem-se alguns elementos certamente pertinentes para discussão: (1) seja lá o que se entenda por “pós-estruturalismo”, para além de um rótulo cômodo, não se deve iludir sobre a exigência da noção de *estrutura*; (2) o

campo comunicacional caracteriza-se por distintas confluências teóricas, multiplicidade de perspectivas epistemológicas, ensaios construtivos teórico-metodológicos, formações poliédricas que desafiam a própria configuração de um quadro da teoria da comunicação, razões pelas quais os julgamentos peremptórios, numa suposta alfândega do campo, são sempre arrogantemente fiscalizadores; (3) dentre essas formações poliédricas, a vertente greimasiana está presente de muitas maneiras, inclusive à maneira de vertente clássica, como entende a compilação de clássicos em Comunicação *Proyectar La Comunicación* (BARBERO; SILVA, 1999, p. 285-298) – e um bom jogo no campo não a desprezaria.

Além desses elementos dignos de lembrança, em se tratando de discutir os direitos alfandegários do campo, deve-se também registrar que, via de regra, os julgamentos que condenam um Greimas ou a Escola de Paris, não apenas deixam de reconhecer os valores científicos aí representados, como geralmente exibem mera atitude de recusa hostil ao invés de *argumentos efetivos* sobre o autor e a Escola em pauta; isso nada acrescenta ao desenvolvimento do campo comunicacional, constituindo-se, como no futebol, na atitude perigosamente tomada pelas torcidas que, ao dividirem e inflamarem, muitas vezes se esquecem do próprio jogo.

Acredita-se que tais argumentos justificam a escolha teórica para tratar o objeto estudado. A abordagem que se quer imprimir à análise do texto exige algo diferente da noção de tempo em voga, pois se trata de examinar o *tempo no discurso*, um *tempo interno* das estruturas textuais, em abordagem que se assume como internalista, no sentido de Bourdieu.

Por outro lado, como força contraditória complementar, há o propósito de não permanecer restrito a um foco, falando apenas dele, mas também de responder por

certo “estilo multifacetado” do campo, talvez como tentativa de um pertencimento desejado, mas, sobretudo, porque o fenômeno em destaque precisa de seu próprio gesto de saliência dentro de um campo amplo e visível de outros afins ou tangentes, aqueles que marcariam o espaço entre as abordagens interna e externa do problema do curto-circuito.

Os objetivos desta pesquisa – os quais, de certo modo, a justificam – consistem na (1) realização de um estudo empírico do tempo (*no* discurso), tendo em vista que nos estudos midiáticos se observa o uso reiterado da noção ampla de tempo (conjugada à noção de tempo-espaço), mas não há estudos, ao que se saiba, sobre o tempo na discursividade, no sentido que lhe é conferido por este estudo que vem a se constituir assim num espaço de pesquisa; (2) exploração *ad hoc*, pelas análises dos TATs, de uma metodologia analítica que possa ser aplicada a audiovisuais, especialmente no ângulo comunicacional que orienta a pesquisa; (3) desenvolver elementos de análise que possam permitir, futuramente, o exame das relações entre tempo, narratividade e análise da audiovisualidade, incrementando o segundo objetivo; por exemplo, as noções técnicas como ritmo ou duração de seqüência, tempo dramático, ritmo imagético, entre outras, solicitam sempre, nas suas definições, uma descrição cênica ou da história contada². A pesquisa propõe-se a conceber elementos pertinentes ao modelo teórico narrativo e discursivo e às noções técnicas de uso corrente na análise de audiovisuais³.

² Por exemplo, nessas noções, presentes em textos sobre análise fílmica, está implicitada uma “tipologia passional” a partir do ritmo: planos curtos, ritmo rápido – cenas dramáticas, de batalhas, de ações físicas, etc; planos largos, ritmo longo – cenas de tristeza, a miséria de um personagem, etc. Essa “tipologia” já esboça, no modo de se compreender o discurso audiovisual, a relação do tempo como meio expressivo da passionalidade neste tipo de discurso.

³ Uma obra especialmente pertinente para este estudo, pelo esforço conceitual e amplitude bibliográfica, é o *Dicionário teórico e crítico de cinema* (AUMONT; MARIE, 2003). Como em outras referências pesquisadas sobre audiovisualidade, a noção de tempo, no *Dicionário*, atravessa quase a totalidade das noções descritivas e discursivas dos termos audiovisuais. É preciso

Objetiva-se, sobretudo, que as categorias de *tempo cronológico*, *rítmico*, *mnésico* e *cinemático* (explicitadas no Capítulo 4) sejam *usadas* nas análises de TATs para ver daí um *resultado* que permita refletir sobre a hipótese e a metodologia. Tal resultado, em seus diferentes aspectos, se quer pertinente não apenas para o que se delimita como um gênero ou um tipo textual, mas para variados fenômenos midiáticos audiovisuais entendidos como *tempo na audiovisualidade*. A análise da tese constitui então um primeiro passo nessa direção.

As narrativas midiáticas, embora maciçamente presentes na mídia, sendo fenômenos observáveis e analisáveis, são ainda pouco exploradas segundo a perspectiva analítica aqui usada. Em contrapartida, as questões referentes à ideologia e poder, por exemplo, estão mais presentes nos estudos midiáticos, sem contudo atentarem, no mais das vezes, para o fato de que as formas discursivas (que originam outros discursos sobre o poder, ideologia, mito, etc.), se constituem (manifestam-se) em formas narrativas objetiváveis.

Muitos estudos sobre mídia tendem a se distanciar em demasia da análise do material empírico, em prol de discursos exploratórios e/ou especulativos sobre mídia *em geral*, não raro faltando melhores bases para sustento das proposições genéricas. A análise das narrativas, por sua vez, dispõe de aparato teórico fortemente desenvolvido, sendo solicitada pelos eventos midiáticos televisivos (para falar só deles). Para efeito de rigor nos estudos midiáticos, as análises da narratividade midiática ligam-se a uma vertente sólida, com condições de elucidação

registrar também a obra *O sentido do filme* (EISENSTEIN, 1990), como referência para o estudo da música no cinema e do tempo no discurso audiovisual.

de aspectos da discursividade que atenuam os riscos dos desvios do material empírico⁴.

É nessa direção de pesquisa que aqui se coloca a abordagem pela semiótica greimasiana: o objeto de estudo do tempo nos TATs requer tal abordagem devido ao *nascedouro* das noções de tempo e passionalidade no discurso, nascedouro que é também o lugar da concepção do objeto. Com isso, assinala-se que a escolha do objeto se deu *pari passu* com as possibilidades teóricas no seio das quais ele teria desenvolvimento, não por conta de um “construtivismo radical” – em que a realidade das coisas estudadas consistiria em existência teórica, meras construções –, mas pela avaliação dos aspectos da realidade empírica que podem ser *mais bem* estudados, num apoio mútuo entre a teoria e o empírico com vistas à escolha e construção do objeto.

Segundo o que podemos observar, no campo da Comunicação no Brasil, se há proeminência de estudos semióticos (escolas e vertentes), a semiótica peirceana parece ocupar destaque quantitativo, de maneira que parece muito pouco freqüente a presença dos estudos ancorados na semiótica greimasiana⁵. Tendo em vista que esta Semiótica se sedimenta com atividades coletivas de pesquisa em todo o mundo, que ela oferece amplas condições para se discutir desde o nível empírico ao

⁴ O distanciamento e desvios comentados requerem ter em consideração as observações sobre certos “desvios da análise do produto cultural” em estudos comunicacionais (BRAGA, 2000). No seu conjunto, estas observações implicam, de uma ou outra maneira, no que aqui se considera sobre os estudos midiáticos. Supõe-se ainda, para acrescentar uma hipótese, que muitos destes desvios de análise ocorram devido à falta de conexão – que é problema teórico abrangente – entre as teorias do discurso, da enunciação e de gênero, falta cuja resolução compete a diversos campos de saber e que se manifesta nesses desvios de análise. É preciso antes lembrar – talvez como mais determinante – que existe, também segundo Braga, predominância do gosto ensaístico em detrimento da análise de pesquisa.

⁵ A despeito da existência de núcleos de semiótica greimasiana no Brasil, observa-se a pequena participação referida no conjunto dos estudos midiáticos de cunho semiótico que tivemos a ocasião de apreciar pessoalmente. O levantamento da produção do campo comunicacional (CAPPARELLI; STUMPF, 2001) informa sobre a carência de informações metodológicas nos resumos de teses e dissertações, o que não permite conclusões definitivas sobre a pequena participação referida. Fica, no entanto, a possibilidade de que se trate de um fato, a partir dos indícios nas observações realizadas na produção do campo.

epistemológico da pesquisa, o seu projeto de cientificidade e as possibilidades de ancoragem da pesquisa midiática no país, ao serem supostamente pouco explorados, reclamam um espaço maior e mais significativo no fazer acadêmico do campo.

O espaço não é desejável meramente como equilíbrio quantitativo em relação a outras abordagens, mas também porque as possibilidades e limites da abordagem semiótica greimasiana, no universo do saber comunicacional, e a discussão dos níveis de pesquisa, uma vez não explorados (portanto, desconhecidos), acarretam empobrecimento das avaliações teórico-metodológicas e epistemológicas que convêm ao campo comunicacional. Essa observação tem razão de ser também por conta das preocupações reiteradas, pelo campo comunicacional, com o seu estatuto científico.

Devido ao terreno inexplorado que a presente pesquisa percorre; às injunções dessa caminhada sem modelos a dar segurança nos rumos a seguir; às falhas, incorreções e insuficiências de toda pesquisa, a dever sempre ao objeto; às incapacidades e limitações do pesquisador, e a outros fatores determinantes de resultados insatisfatórios, pode-se facilmente ficar na expectativa de um final pouco feliz para a tese proposta. Entretanto, espera-se também que mesmo aí, no terreno do seu fracasso, a tese terá dado seus frutos, quais sejam: o de perseguir um caminho que assim torna-se conhecido, o de permitir que se descubram falhas e virtudes, o de construir uma problemática nova por conta do novo objeto construído, o de motivar, enfim (pelo problema, método, fontes bibliográficas e análises realizadas), novas formulações em pesquisas que poderão dispor então de um primeiro passo realizado.

A proposição geral de que uma pesquisa colabora para o avanço do conhecimento, tanto pelos seus sucessos como pelos seus fracassos, parece especialmente verdadeira nesse caso: os fracassos de uma primeira caminhada estimulam a continuidade do saber numa dimensão sociabilizada, por trazerem em si, graças à interlocução que trazem à tona e que por eles é inaugurada, elementos reveladores e ampliadores do novo objeto construído – no início, parece ser quase um gesto solitário; depois, necessariamente compartilhado.

Derivada daquela linha de construção inicial da tese, a configuração de forças contrárias (complementares) permanece e atua na construção da pesquisa, revelada já pelos aspectos formais do texto resultante. Uma dessas forças torna imperativa a delimitação do foco e o trabalho restrito; a outra busca maior abrangência do foco e o trabalho de conexão com outros possíveis objetos (afins). No Capítulo 2 estão reunidas as perspectivas epistemológica e empírica que constituíram a pesquisa. Destacam-se, no Capítulo, a noção de *olhar comunicacional* e sua clivagem com algumas das noções, conceitos e teorias presentes no campo da Comunicação, assim como estão salientadas as percepções iniciais que deram direção ao objeto de estudo. O Capítulo 3 faz o esforço de configurar ampla e restritamente o objeto: amplamente porque busca tangenciar objetos e teorias afins com o objeto da tese, fazendo um trabalho de contextualização geral; restritamente porque focaliza o conceito de tempo em comunicação, com base na teoria semiótica.

O Capítulo 4 dedica-se à metodologia da tese, buscando esclarecer os procedimentos analíticos e apresentando um modelo comunicacional para a temporalidade nos TATs. Neste Capítulo, são apresentadas as categorias temporais em que se apóia o conceito de temporalidade e, com isso, explicita-se o aparato

analítico principal. O Capítulo 5 traz as conclusões da tese que defendem a viabilidade da hipótese levantada e o poder heurístico do trabalho com o objeto temporal construído. Com isso, a hipótese de trabalho – o tempo na audiovisualidade configura-se como fator de passionalização nos textos intervalares televisivos – e a metodologia a ela associada podem chegar a tomar corpo enquanto elementos generalizáveis no âmbito dos estudos midiáticos.

2 PERSPECTIVAS CONSTITUINTES DA PESQUISA

Parece coerente extrair do que foi expresso na Introdução, a respeito do campo comunicacional, uma visão mais ampla no seio da qual se possam entender certas perspectivas e pressupostos; talvez até mesmo, dentro um ponto de vista epistemológico, aquilo que estaria no lugar das bases (implícitas) que permitem entender aspectos mais concretos da pesquisa. O tópico seguinte é motivado por esse horizonte amplo e pela tentativa de exercitar a reflexão sobre um *olhar comunicacional midiático*.

2.1 ELEMENTOS PARA UM OLHAR COMUNICACIONAL

Dedicado ao esforço de explicitação de certas questões amplas, de caráter mesmo epistemológico, o espaço deste tópico destaca a reflexão sobre o *objeto de estudo* em Comunicação, como exercício possível para haurir desenvolvimento da reflexão sobre o campo comunicacional e, ainda que implicitamente, sobre o próprio trabalho nesta tese.

Para uma reflexão epistemológica em Comunicação (leia-se: uma reflexão sobre os problemas do conhecimento pertinentes ao campo), a definição sobre o *objeto de conhecimento* é imperativa, como comprovam os debates reiterados a respeito da identidade objetual no campo – não se advoga aqui por um objeto empiricamente existente, mas sim por um “olhar” ou grade teórica englobante capaz de compreender/caracterizar um conjunto pertinente de objetos e temas empíricos, dentre os quais se poderiam ver os textos aqui selecionados para análise, assim como uma enorme diversidade de outros produtos midiáticos.

Logicamente, a problemática do conhecimento no campo pressupõe uma problematização do objeto e de sua definição; a reflexão epistemológica não deve se furtar dessa exigência, sob o risco de cair numa elaboração não muito produtiva, sem atender à necessidade de se definir, ainda que de modo tentativo, um *olhar* comunicacional. Mesmo que a reflexão seja de escopo propositor, individual, ela pode ajudar na pesquisa dos objetos e olhares existentes no campo.

Ao se tratar do olhar comunicacional, cabe ponderar que há uma *intersecção* possível e muitas vezes necessária entre a reflexão sobre o que é o comunicacional e o que é próprio dos processos midiáticos. Supomos que a autocrítica que por vezes o campo faz de si, reclamando um olhar específico diferenciador em relação a outros olhares, permite que se tome a intersecção como válida, na medida em que ela já seria suficiente para dar especificidade – o que não significa se apagarem as diferenças existentes entre processos comunicacionais em geral e processos midiáticos. Pela razão suficiente que fornece a especificidade do olhar, mesmo prevendo que os fenômenos não midiáticos, indevida e eventualmente considerados na intersecção, serão criticamente denunciados pelo leitor, usaremos a expressão *olhar comunicacional* de modo genérico, com inclusão aí dos processos midiáticos.

Esse foco escolhido, além de ter certa função coesiva – sem essa preocupação especial por uma linha argumentativa se tenderia facilmente a dispersões, tal é a amplitude e riqueza das perspectivas –, carrega consigo um valor epistemológico relevante, isto é, corresponde, em direção e qualidade, a um certo esforço teórico-metodológico refletido nas perguntas de interesse ao campo comunicacional: qual ou quais objeto(s) comunicacional(ais) define(m) o interesse do campo? Como se constrói/descreve/estabelece o olhar comunicacional? Como esse olhar comunicacional pode funcionar como elemento caracterizador do campo diante dos demais campos de estudo?

Se essas perguntas não são consensuais, as respostas não o seriam. É certo, no entanto, que trazem um significativo teor de interesse. Teor, interesse, conteúdos para problematizações, na medida em que estão representados nas perguntas, são elementos de consenso para o campo, mesmo na sua potencialidade para o dissenso e nas ocasiões polêmicas que eles solicitam. Sobre essas perguntas, já temos uma questão epistemológica pertinente ao campo – e que assim justifica a organização aqui escolhida, girando em torno de uma *noção objetiva*, significando não os temas possíveis, objetos empíricos “incluídos ou excluídos”, mas sim o núcleo teórico característico que fornece aos objetos possíveis sua pertinência ao campo, núcleo que consiste no olhar comunicacional – remetendo à origem da palavra *teoria* (*visão*).

Esse foco na noção não pretende sugerir que ela está esquecida pelas Ciências da Comunicação; as reflexões epistemológicas produzidas mostram que há pertinência da noção com as ocupações intelectuais do campo. Contudo, é preciso cuidar do risco de que, em se tratando de epistemologia, a reflexão mantenha-se presa em demasia às questões genéricas e abstratas, de modo a escamotear

involuntariamente o espaço que se poderia reservar para uma noção, examinada numa clivagem sistemática dentro de um horizonte maior que a compreendesse. Sendo assim, a noção objetual apresenta-se como elemento norteador dessa clivagem, procura examinar algumas outras noções e perspectivas, em busca do exercício do olhar comunicacional.

Esse ponto de vista parece ser fértil, pois induz e permite a discussão sobre a própria *especificidade* do campo, o que concorre para conferir certa identidade diante dos demais olhares das Ciências Humanas e Sociais – embora os aportes sociológicos, semióticos, antropológicos, e outros, sejam todos bem-vindos em Comunicação, assim como nas *demais* áreas do conhecimento que compartilham saberes de outras áreas, trata-se aqui de refletir sobre um conhecimento que não é sociológico, semiótico, lingüístico, etc., mas *comunicacional*.

Partimos da idéia de que se tem um bom encaminhamento epistemológico (criticável, obviamente) se tal conhecimento for percebido e buscado na esteira de um olhar específico, o olhar comunicacional que pode fornecer a especificidade do campo diante dos demais campos e disciplinas – até porque qualquer interface (ou trabalho de fronteira) pressupõe, como diz a palavra, uma face própria, um terreno peculiar, enfim, um espaço definido que é o espaço disciplinar.

Esse argumento do olhar definidor se encontra presente e defendido no campo da Comunicação (BRAGA, 2001a; 2001b). Questiona-se, em se tratando aqui de *uma* produção epistemológica, a pertinência da reflexão individual tendo em vista sua relação com o campo social (acadêmico, especializado) no qual se inscreve. Concordamos com o Professor Braga quando afirma que a definição nesse terreno se faz *social e historicamente*, sobretudo com o trabalho concreto de pesquisa, construtor de uma feição própria do campo comunicacional.

O esforço intelectual, epistemológico, ao buscar as perspectivas e definições orientadoras, conceitos, teorias, métodos, um plano epistemológico definidor da Comunicação, está determinado por esse fazer coletivo na/da história, a fornecedora final, enfim, do que se pretendia encontrar por meios reflexivos individuais. Com isso, no entanto, entramos em certa circularidade entre o “estarmos aqui” fazendo algo (práticas *no* campo) e o que irá resultar (aquilo que objetivamente será *do* campo, mas, por ora, é desconhecido), histórica e socialmente produzido.

É razoável ponderar que, de modo semelhante, se coloca aqui a questão da avaliação do que é produzido, assim como o problema do reconhecimento histórico: para se escrever a história de algo, são necessárias as condições de identificação do objeto a ser descrito; do contrário, tende-se a um desvirtuamento do que seja tal objeto ao longo do tempo. Isso pode ser bem exemplificado com a história da música, consagrada aos músicos, ou com a história das ciências, em que se tende ao desvio para um modelo biográfico por conta da concepção prévia que se tem do objeto.

Com efeito, até mesmo na concepção histórica e social do que seja o campo, em contraposição aos desejos mais imediatos e individuais de definição epistemológica, naquilo que ela supõe poder avaliar como produção intelectual de dimensão social e histórica, o papel identificador das noções epistemológicas tem um lugar necessário, por conta das condições avaliativas da produção. Por isso não está desprovida de pertinência histórica a reflexão que se faz *no* campo, em algum ponto determinado do seu processo de construção ou de constituição histórica, já que esse fazer é também *do* campo, ainda que minimamente significativo na condição de produtor de um elemento textual pertencente à grande rede intertextual, situada historicamente, que compreende o elemento textual singular.

2.2 A NOÇÃO DO OLHAR COMUNICACIONAL

Como hipótese, para este exercício do olhar, julgamos que, entre as diversas concepções possíveis neste terreno, dificilmente seria negada totalmente a pertinência do seguinte enunciado⁶: um *objeto comunicacional midiático* define-se pelo *entrecruzamento* entre *interação* (atores individuais e coletivos em interação social, formas e processos interacionais), *discursividade* (todas as manifestações discursivas, semióticas e languageiras possíveis) e *sociedade* (as estruturas e processos sociais, uma cena sociocultural determinada, etc.), com base nos *dispositivos midiáticos*. Desde esse momento já se pode convocar o pensamento complexo de Morin (MORIN, 2001), uma vez que o objeto reclama um modo de perceber, de conceber esse entrecruzamento que não se dá facilmente a ver nos eventos comunicacionais cotidianos; também porque suas relações constitutivas internas são várias, multiformes e complexas.

Convém aqui fixar os princípios que configuram o pensamento complexo. O pensador francês (MORIN, 2001, p.106-111) exemplifica dizendo que quando a sociedade forma o indivíduo e ao mesmo tempo é formada por ele, ou quando, nos discursos cotidianos, a língua “fala” em nós e depois, pela capacidade transformadora do sistema, esses discursos irão fornecer novos elementos à língua, temos o *princípio da recursividade*, no qual causa e efeito se identificam ou se alternam; quando ordem e desordem se necessitam como termos antagônicos e complementares, assim como os valores num sistema semiótico (um valor é o que o outro não é), temos o *princípio do dialogismo*; o terceiro princípio, o todo na parte e a

⁶ Na formulação dos termos do enunciado, reconhecemos a dívida com Vera França (FRANÇA, 2001a; 2001b), na medida em que ela constrói um objeto ou olhar comunicacional, oferecendo os mesmos termos ou analogias com aqueles aqui empregados.

parte no todo, é o *princípio hologramático*, cujas manifestações podemos ver quando a célula demonstra possuir a informação genética de todo o organismo; ou quando o conhecimento do todo mostra-se dependente do conhecimento das partes e vice-versa; ou quando o indivíduo, que tem a sociedade em si, ao mesmo tempo, ajuda a realizá-la.

Na coexistência desses princípios, o objeto midiático em estudo se dá a ver no entrecruzamento das suas três dimensões (interação, discurso, sociedade), alicerçadas nos dispositivos midiáticos, o que resulta em elementos, já então de natureza comunicacional, dos processos midiáticos.

Com efeito, exercitando esses princípios, pode-se propor que, pela recursividade, a título de exemplificações com um elemento simples e concreto, o dispositivo televisual é produto da sociedade; ao mesmo tempo, produz determinadas modificações sociais; depende dos sistemas audio e/ou visuais com determinada estabilidade prévia (codificada) a suas utilizações, mas os incorpora de tal modo específico que acaba gerando novas configurações semióticas; opera segundo um modelo tecnológico de interação, mas tal modelagem é maleável em sua estruturação técnica e material às interpelações sugeridas pela demanda dos telespectadores.

Pelo princípio do dialogismo, as mesmas relações recursivas aí presentes se configuram também por antagonismos e complementaridades (elemento produtor, elemento produzido); pelo princípio hologramático, a mídia poderia ser tomada como parte de um conjunto social, cultural, simbólico, tecnológico, empresarial, etc., que lhe dá horizontes, porém, é nela mesma que se deve buscar elementos significativos dessa totalidade – formar-se-iam assim *elementos comunicacionais dos processos midiáticos*. Os princípios em si mesmos são colaborativos e se interpenetram; na

linha deste raciocínio, a complexidade vai se revelar a partir de níveis interligados e estruturalmente crescentes, tendo um elemento simples de referência.

Pode-se perceber, aqui e acolá, uma postura contra certa ordem de idéias ligadas à racionalidade, à causalidade, aos valores modernistas; o trabalho conceitual, as definições rigorosas, os espaços definidos em problemas de pesquisa são subestimados; enfim, uma série de elementos que poderiam ser “denunciados” como um “imaginário racionalista-positivista”. A postura parece se alimentar da idéia de que “tudo se justifica pela complexidade”, até mesmo a desvalorização do simples, melhor dizendo, do simplificado e da racionalidade tradicional. A simplificação aí é vista como uma incapacidade do pesquisador ou da disciplina de estudo, a de não dar conta do “real como ele é”. Quando tal pensamento é acolhido nas atitudes acadêmicas – trata-se de uma observação geral que realizamos em leituras e campos de saber diversos⁷, sugerindo esse juízo – resulta que a complexidade de Morin torna-se um projeto impossível, pois o simples, com toda a sua ordem de valores, é o pressuposto do complexo.

Almejar o complexo significa de certa forma – obedecendo aos *mecanismos* de sua constituição –, não pensar complexamente, mas *simplesmente*, sem as tentações de queimar etapas. Não se trata obviamente de propor que do simples irá “emergir” o complexo (emergência de qualidades, aliás, é um dos problemas dos sistemas complexos) em etapas sucessivas e determinadas, mas de supor que a complexidade *inerente* do real solicita certos cuidados de raciocínio, incluindo aí o pensamento do simples – como definiu Bachelard, o real é o que se deixou de pensar. Trata-se de direcionar o pensamento do simples como tal, sabendo-o enquanto simples, armando o pensar de modo estratégico para a complexidade. É

⁷ Em linhas gerais, tal atitude se assemelha àquela que Sokal e Bricmont criticaram (cf. Introdução), denominando-a de pensamento pós-modernista (SOKAL; BRICMONT, 1996).

como se fosse a ingenuidade infantil fazendo perguntas desnorteadoras para a astúcia adulta (por que o céu é azul?). Do mesmo modo, a Física ganhou um marco histórico quando alguém se perguntou por que uma maçã despencava da macieira.

Talvez seria o caso de se contra-argumentar dizendo que as coisas não são tão simples assim e dever-se-ia pensar no mesmo nível dos objetos que se dão ao pensamento, que os esquemas racionais simplificadores não dão certo... Sim, as coisas não são simples ... mas o pensamento psiquiátrico, por exemplo, perderia muito de si mesmo e não teria avançado na ajuda a pacientes se quisesse pensar e se expressar como faz o esquizofrênico, alegando que assim fazendo estaria “indo junto com o mundo fenomenal”. O exemplo sugere que, de certo modo, para se compreender os fenômenos dos pacientes, o terapeuta-pesquisador pode alcançar o nível intuitivo muito próximo do objetual, mas alicerçado noutra nível, em tensionamento com aquele.

Para a elaboração teórica, descritiva dessa aproximação, elaboração de conhecimento, é que este outro nível faz sentido como simplicidade construtora do complexo – e aí, Descartes, muitas vezes acusado, tem muito a ensinar. A esse propósito, como exemplo redentor das acusações que por vezes sofre o racionalismo cartesiano, lembramos aqui brevemente a problemática das paixões, segundo o *El Giro semiótico* (FABBRI, 2000, p. 61): a palavra *paixão* foi escolhida fazendo jus ao tratamento cartesiano superador da oposição entre o racional e o passional, fazendo com que a abordagem se alimente nas bases filosóficas deste autor que escreveu um tratado sobre as paixões. A respeito da passionalidade e do *Giro* de Fabbri, voltaremos com mais vagar, no próximo tópico.

Considerando toda essa perspectiva da complexidade, é que se reflete sobre aquela tríade objetual que configura o midiático. As exemplificações concretas a

respeito, analisadas em si mesmas, estão longe de corresponder à altura do complexo, mas servem como indícios desse pensar que respeita o pressuposto da simplicidade. A formação de *níveis* interligados e estruturalmente crescentes é um desafio para o pesquisador, o que não será atingido se esquecermos da inerência da realidade complexa, de que não precisamos lhe emprestar tal qualidade e que o real sempre faz esquecer ou abandonar alguma coisa. Nesse sentido, faz-se a aproximação seguinte, a respeito da tríade e determinado *movimento* entre elementos estáveis e instáveis na pesquisa.

Esses três elementos têm na sua constituição uma natureza epistemológica mais ou menos estabilizada, na medida em que resultam, explícita ou implicitamente, de uma reflexão mais ou menos ordenada historicamente sobre ciências, disciplinas, objetos, etc. Já a preocupação com o ponto de entrecruzamento dessas dinâmicas, além de pertencer àquela reflexão, diz respeito, e de modo menos estável, à capacidade do pesquisador de perceber fenômenos comunicacionais, de ver o ponto especial do processo, lugar desse *olhar* propriamente comunicacional. Com isso, que chamaremos de *enquadramento comunicacional* (no duplo sentido de adotar um quadro de referência norteador do olhar e de focalizar, ver com acuidade), nossa reflexão aponta dois aspectos pertinentes: o saber intrínseco-conceitual desse enquadramento e as possibilidades e condições da visibilidade do ponto de entrecruzamento, nó das dinâmicas que fornecerá enfim o objeto da comunicação midiática.

Ao olharmos na busca desse nó, unimos uma determinada descrição do que fazemos individualmente ao nível de uma dimensão social do saber, pois esse olhar já é marcado pela teoria (saberes intrínsecos do enquadramento) e, ao mesmo tempo, delimita um gesto específico do observador.

Antes do nó objetual ser buscado num determinado espaço empírico, deve-se notar que esse duplo movimento do enquadramento ocorre já nas observações do pesquisador em nível das escolhas temáticas, ângulos de observação e definições para a pesquisa. Nesse sentido, a escolha de um objeto midiático, tomando a mídia como referência e os três elementos do nó objetual, propõe certa problemática ao se constatar que nem tudo pode ser estudado com a mesma qualidade das condições de pesquisa. Relaciona-se com essa escolha aquilo que Braga (BRAGA, 2001b, p. 26) denomina de “questões de partilha e seleções”: a) decidir o que melhor pode ser estudado, a partir de paradigmas, métodos, teorias e pontos de vista de disciplinas particulares (o que corresponde ao movimento predominante em direção aos saberes do enquadramento), em contraste com o que se pode perceber no campo comunicacional; b) decidir quais são os tipos de objetos mais relevantes e mais urgentes para observar seus processos e produtos de interação.

Esse enquadramento, em sua estabilidade (quadro de referência, olhar pela teoria, sociabilização do saber) e instabilidade (condições de visibilidade, percepção do nó objetual, decisões do pesquisador) recoloca em seu nível a questão já discutida sobre a constituição social e histórica do campo, as dimensões do que fazemos aqui e agora como gestos de pesquisa (*no campo*) e o fazer *do* campo, coletivo e histórico. A noção objetual é útil em ambos os sentidos e pode cumprir um papel relevante nas escolhas que se fazem com ou sem ela. As decisões epistemológicas nesse fazer-pesquisa, com ou sem uma noção objetual, são determinantes para os resultados coletivos, os de cunho propriamente teórico-metodológico, assim como estão ligadas a certos contrastes e tensionamentos político-institucionais dentro do próprio campo ou com os demais potencialmente concorrentes. O nível do

enquadramento e da noção objetual está ligado desse modo às perspectivas mais amplas, sociais e políticas, do devir histórico do campo.

Para compor a noção objetual, até aqui assinalada com certa qualidade estável da tríade (interação, discurso, sociedade), devemos enriquecê-la com as *propriedades dinâmicas e interativas* dos processos midiáticos, o que já estava sugerido pela “interlocução” como metáfora conversacional. Conforme Braga (BRAGA, 2000a), a *interatividade midiática*, afastando no tempo e no espaço os “interlocutores”, instaura canais e produtos entre eles, o que faz entrar em cena outras instâncias, ações e interações, além das que ocorrem “entre interlocutores”, isso porque a interatividade é diferida e difusa:

Se no modelo conversacional relacionamos diretamente interlocutores, é preciso enfatizar que em um modelo de interatividade como processo mediatizado as interações se complexificam e envolvem (além de algumas possibilidades “entre interlocutores”) interações homem/produto e homem/meio-de-comunicação, além de relações entre outros interlocutores sobre e a partir de produtos, sem necessária interferência de produtores/receptores em conjunto. A interatividade mediática geral ultrapassa a situação concreta de espaço e tempo em que alguém produz; ou alguém “lê” (usa) um produto; ou alguém reage a um produto; ou alguém age de tal forma a fazer chegar às instâncias produtoras suas reações, etc. Deve-se perceber a interatividade social em uma sociedade de comunicação como um conjunto de todas estas (e outras) ações de tal forma que uma parte significativa das interações em sociedade se desenvolve em consequência e em torno de “mensagens” (proposições, produtos, textos, discursos, etc.) *diferidas no tempo e no espaço* (BRAGA, 2000a, p. 4).

Salienta-se nessa interatividade a presença dos três elementos conceituais do objeto comunicacional antes proposto: a “interação” é alçada ao plano de uma interatividade social, ampla e geral (midiática), com formas complexas de interações; a sociedade da comunicação comporta todas essas ações interativas, inclusive no fornecimento de processos e estruturas de natureza social em que os produtos midiáticos ganham circulação; e finalmente, correspondendo ao elemento *discurso*, temos a parte significativa das interações em sociedade ocorrendo *em torno* do

elemento central (mensagens, texto, discurso, produto midiático). Essa centralidade do produto-texto-discurso se justifica pela característica de eixo que tem o discurso, em torno do qual (ou em consequência de) se dá a movimentação das interações midiáticas.

Aqui se apresenta uma implicação de ordem metodológica. No artigo “*Lugar de fala*” como conceito metodológico no estudo de produtos culturais (BRAGA, (2000b, p. 163), o autor estabelece uma outra noção que também dialoga com as proposições sobre objeto aqui presentes. Ele pondera que o sentido de um produto midiático não está nele, como sentido inteiramente pré-existente à fala (*texto, discurso, produto*), daí a impossibilidade de uma abordagem formal cujo pressuposto seja inteiramente imanentista. A abordagem formal é pertinente, mas quando associada a outros elementos, outras falas (intertextualidade) e a situação em que a fala se insere. O lugar de fala se delineia então como uma *espécie de lógica* que articula a fala, textos disponíveis e situação. É preciso *ver deste lugar o sentido* de um produto, de modo que a estruturação interna do discurso seja articulada com os dados materiais da situação e com a intertextualidade.

Para a questão da *imanência* deve-se registrar que o uso da palavra, feito por Braga, parece ser compatível com o pressuposto de que, do ponto de vista semiótico, a imanência é meramente metodológica (não ontológica); isto é, aqueles aspectos ditos não-imanentes e que escapariam, por definição, da abordagem imanentista do texto são tratados metodologicamente, em suspensão *tensa* com os conceitos “imanentes” já adquiridos, até poderem ser estudados como objetos semióticos de pleno direito. Exemplo disso é a abordagem de Jacques Fontanille por crescentes *níveis de pertinência* para dar conta da *situação semiótica* e das *formas*

de vida, em complexidades superadoras dos pares texto/contexto, imanência/transcendência, etc. (FONTANILLE, 2005).

O diálogo entre as noções de Braga e as nossas proposições firma-se então (a) pela interatividade, segundo a qual a tríade objetual ganhou, além de sua movimentação complexa já exposta, a qualidade dinâmica própria dos processos midiáticos; (b) pelo lugar de fala, onde surge a configuração mais precisa (metodológica) para aquilo que foi sugerido em torno do enquadramento do objetual, especialmente, os saberes de referência e a visibilidade. Aqui ganham nova luz os saberes pertinentes ao campo, ou seja, os conhecimentos bem-vindos da sociologia, antropologia, semiótica, análise do discurso, teorias da linguagem, etc. Trata-se aqui de fazer convergir os saberes para um foco propriamente comunicacional, midiático.

Com efeito, essa convergência pode ocorrer, no que diz respeito aos gestos do pesquisador, com a habilidade de *ver* a noção objetual no trabalho de observação e ordenação teórica da pesquisa. Pelo lugar de fala, se viabiliza uma lógica organizadora dos saberes estabilizados em prol do lugar de sentido em que se dá o olhar comunicacional, realiza-se certo fechamento da noção objetual com uma propriedade metodológica.

2.3 CLIVAGENS

A noção objetual construída até aqui parece suscitar a possibilidade de experimentações, entre as quais está a de poder ser confrontada com algumas outras noções (objetais ou não), teorias e enfoques que povoam o campo comunicacional. É com o propósito de fazer tal confronto que esta seção passeia por diferentes lugares para chegar ao terreno teórico mais afim com esta tese.

Em direção oposta aos pressupostos funcionalistas (LASSWEL, 1971), onde a sociedade e a comunicação estão aderidas a *bases descendentes* (ao biologismo), está a noção de *tautismo*, centro da crítica à comunicação realizada por Sfez (SFEZ, 2000). Pode-se falar aí de uma *base ascendente*, ou seja, uma elevação da sociedade da comunicação à “enésima potência”, até o ponto sideral em que não há mais comunicação. O tautismo (união de autismo, tautologia e totalitarismo) nos levou a buscar a noção “comunicacional” de Sfez nas suas remotas intuições, nas suas premissas de origem, o que se mostra mais particularmente no início do seu livro. Daí surgem os fundamentos das suas críticas mais severas à *mídia Frankenstein* e aos estudos midiáticos que, no seu dizer, não sabem a verdade, mas a dizem, estudos que *confundem* as tecnologias e as teorias que tentam explicar a tecnocomunicação, *tagarelices* onde teoria e realidade se confundiram.

O livro de Sfez exemplifica bem o que foi acenado na Introdução: a abordagem externalista em ascendência, isto é, saltos enormes entre o que seria o texto e o contexto com tendência de permanecer numa visão elevada e panorâmica, com pouca ou nenhuma preocupação com o nível textual ou discursivo dos fenômenos comunicacionais – aplica-se o mesmo à crítica e à coisa criticada.

Para uma crítica à crítica de Sfez, parecem importantes (1) as metáforas iniciais, as concepções representativa e expressiva da comunicação, (2) a representação em Sfez, a partir das tecnointerações consideradas por ele, a partir da identificação com o cartesianismo; (3) e a representação na relação sujeito-objeto em termos de base filosófica que estaria na ordem das pré-ordenações que o autor não explorou. São lembradas as pré-posições e os pré-ordenamentos que impulsionam as concepções e metáforas, mas parece que Sfez caminha a partir delas sem explicar detalhadamente seus pontos de partida, com a orientação

voltada para as *políticas de interpretação*, para as gestões que derivam das metáforas e concepções. Cremos que este último aspecto poderá contribuir para uma resposta epistemológica à crítica da mídia e dos estudos tautísticos, unido a um aspecto final: 4) a comunicação num *continuum* entre um núcleo epistemológico e uma forma simbólica – a comunicação, na análise de Sfez, é um termo guarda-chuva que vai das ligações nervosas cerebrais às organizações sociais.

É deste núcleo epistemológico que a comunicação se move num movimento contínuo para a forma simbólica que envolveria a todos nós, retornando ao núcleo em círculos baudrillardianos. O tautismo? É a *forma* desta *forma simbólica*. Se o núcleo, considera Sfez, é descritível, a forma simbólica é apenas fracamente perceptível, podemos apenas sondá-la. O que dizer, perguntamos, da *forma da forma*, que se torna tão distante? O tautismo de Sfez parece padecer do mesmo mal diagnosticado por ele: se a forma não pode ser descrita, pensada como o núcleo, como assim pretender uma noção crítica que examina a comunicação tal como se mostra nas teorias comunicacionais (estas com outras matrizes epistemológicas, como as das teorias da “mídia Frankenstein”, por exemplo)? O que é comunicação em geral, já aparece originalmente siderado em Sfez, no movimento contínuo e patológico entre um núcleo epistemológico e uma forma simbólica. A comunicação, com efeito, hipersimbolizada, só poderia mesmo se mostrar tautística.

A denominação de *hipersimbolismo* que se pode dar ao tautismo procede na medida em que se pode ver uma potencialização dessas pré-ordenações hauridas para a construção de um conceito crítico, a par de uma noção de “comunicação” encerrada no simbolismo opositivo-siderante, paradoxalmente (confusão, diz ele, entre expressão e representação, signo e símbolo, o social e o comunicacional, técnica e interação, sujeito e objeto). Para o tautismo, tudo parece ocorrer como se a

nossa tríade de elementos da noção objetual – movimentada freneticamente pelo círculo baudrillardiano (movimentos helicoidais), fenômeno muito próximo e aparentado da *troca impossível* (BAUDRILLARD, 2002) – sofresse uma metamorfose monstruosa, uma coalisão estrutural, sem distinção possível dos elementos, sem possibilidade epistemológica, de modo que a comunicação e sua pesquisa também se confundem, criador e criatura na imagem de *Frankenstein*. Como se sabe, esta criatura foi construída com membros e fragmentos do organismo humano, resultou de simulacros de objetos e processos reais e, depois, conhecida sua monstruosidade, rebelou-se contra seu criador ... é o que faz o tautismo com Sfez: construído com seu hipersimbolismo simulacral, tudo o que é analisado pela noção, com ela torna-se semelhante (tautológico-autista-totalitário).

Apesar das refutações, é imperativo reconhecer o trabalho oportunizado pela noção; uma resposta epistemológica completa à Sfez demanda dar conta da riqueza informativa do seu livro, muito bem documentado e elaborado, remontar a seus princípios e conceitos e elaborações argumentativas. Contudo, o conceito de objeto tornou-se eterizado num *continuum* entre um núcleo epistemológico – irônica onisciência -, e uma forma simbólica – paradoxal consciência do incognoscível. Despotencializar os movimentos helicoidais; parar para ver; distinguir e começar nova construção pela desconstrução do tautismo, eis alguns passos pertinentes para a resposta.

Retomando o ponto inicial, podemos então apontar para, pelo menos, duas tendências no pensar a sociedade e comunicação: uma de base descendente, via biologismo (funcionalismo, darwinismo social, etc.), onde o homem e a sociedade estão presos a uma teoria naturalista; a outra, ascendente, via hipersimbolismo, onde o sujeito está mortificado na confusão representacional-expressiva, numa

sociedade “da comunicação” que é tautística, resultando numa pesquisa que se confunde com aquilo que pretende pesquisar. O conjunto de referências a seguir é compreendido num espaço mediano entre aqueles pólos extremos, mais próximo daquilo que pensamos ser o nosso objeto comunicacional.

Após considerar algumas produções midiáticas do ponto de vista do princípio imaginário que as rege (configurando o quarto *bios*), na *Antropológica do Espelho*, Muniz Sodré assevera:

Na verdade, há muito tempo se sabe que a linguagem não é apenas designativa, mas principalmente *produtora* de realidade [grifos originais]. A mídia é, como a velha retórica, uma técnica política de linguagem, apenas potencializada ao modo de uma antropotécnica política – quer dizer, de uma técnica formadora ou interventora na consciência humana – para requalificar a vida social, desde costumes e atitudes até crenças religiosas, em função da tecnologia e do mercado (SODRÉ, 2002, p.26).

O reconhecimento da linguagem *produtora* de realidade, segundo ele, a definição da mídia como *técnica política de linguagem*, como a velha retórica, trazem a questão de como a mídia atua em seu poder e influência na sociedade: a questão inicial é a de se saber como essa (re)qualificação atua em termos de influência ou poder na construção da realidade social (moldagem de percepções, afetos, significações, costumes e produção de efeitos políticos) desde a mídia tradicional até a novíssima, baseada na “interação em tempo real” e na possibilidade de criação de espaços artificiais ou virtuais.

Esta é, na verdade, conforme a *Antropológica*, a questão central de toda sociologia ou toda antropologia da comunicação contemporânea. A maior parte das pesquisas sobre influência e efeitos, especialmente os políticos, tem levado à convicção de que a mídia é estruturadora ou reestruturadora de percepções e cognições, funcionando como uma espécie de agenda coletiva (ibidem).

Devemos ponderar que a mídia, sendo reconhecidamente o lugar do poder e da influência – embora tal reconhecimento seja muitas vezes tão tendencioso quanto a influência que se quer denunciar –, solicita ao menos dois níveis de posicionamentos reflexivos, muitas vezes confundidos em prejuízo da melhor compreensão.

O nível de *cunho ético-político* reclama questões amplas entre mídia e sociedade, tendo em vista determinados “controles/acordos” exercidos pelo poder midiático, questões que poderiam ser exemplificadas, em alguns dos seus problemas mais polêmicos e fundamentais, com o livro de Bourdieu (BOURDIEU, 1997), *Sobre a Televisão* – com destaque para a “mentalidade índice de audiência” e o *mecanismo de poder* atuante tanto dentro do campo midiático (coerções no fazer profissional) quanto nas incidências determinantes deste campo na produção cultural da sociedade (arte, ciência, política, etc.).

O outro nível de *cunho analítico-compreensivo*, exemplificado também com a própria abordagem de Bourdieu aos problemas éticos e políticos, reclama que aquelas estruturações/reestruturações perceptivas e cognitivas, sobre as quais se alicerçam os mecanismos de poder midiático, sejam tomadas como questões de ciência. Poderão ser observadas, concorrendo para aquele posicionamento reflexivo referido, a noção de *ethos* midiaticizado (SODRÉ, 2002), que será tratada no Capítulo 3; a perspectiva de um modelo de interação baseado na *eficácia simbólica* (FABBRI, 1999), a ser exposta logo a seguir. *A interatividade* e o *lugar de fala* (BRAGA, 2000a, 2000b), expostos na seção anterior, também concorrem para este nível analítico-compreensivo e serão retomadas neste trabalho.

A noção objetual permite ainda que se fale de uma problemática triádica composta (1) pela significação e a centralidade do texto-produto-discurso; (2) pelo

reconhecimento/recepção; (3) pela transmissão/circulação; todos esses itens da problemática estão submetidos ao questionamento sobre interatividade midiática ampla e geral. Para iniciar essa discussão, daremos lugar à produção de sentido em Verón (formulador dessa problemática) contrastando com a eficácia simbólica de Fabbri.

Na concepção da *produção do sentido* (VERÓN, 1980, p.107), se percebe uma abordagem marxista levada a sério por Verón, na qual o *modo de produção* define a natureza do sistema produtivo (articulação entre produção, circulação e consumo). Isso pressupõe uma certa lógica de *transferência* do sentido, de seu modo de produção na articulação do sistema, onde a defasagem produção-reconhecimento aumenta na medida da complexidade do sistema de relações comunicativas. Supomos que tal direção de raciocínio, a ser evitada, faz com que Verón imediatamente *recolha* o princípio do modo de produção marxista à articulação da produção-reconhecimento com a idéia de “leituras”, recompondo a recepção no processo de produção – o que evita confinar a análise às regras de engendramento do discurso, sem incluir aí a recepção.

Os processos midiáticos, na complexificação das relações com diferimentos temporais-espaciais a par do aparato tecnológico, naquela perspectiva de defasagem, acarretariam uma “descontextualização do sentido”. Entretanto, o modelo da eficácia simbólica e a interatividade, como um lugar de fala, apontam para a interação enquanto sentido produzido nas ações discursivas. É esse o pressuposto que permite ver metodologicamente uma centralidade nos produtos midiáticos, a partir da qual pode surgir a noção objetual num lugar de fala (estrutura interna de um texto, outros textos, contextualização/situação).

Nessa perspectiva, o sentido não é *produção*, mas *interação*, não é “lido” (transferido) dentro de uma articulação sistemática (produção, circulação, consumo), mas *se forma* interativamente, em interações concretas, de modo que cultura, sociedade e discurso em interações (“entrecruzamento”) cooperam e permitem efetivar um *olhar comunicacional*, um *lugar de fala*.

Para tal discussão, salienta-se a pergunta de Canclini (CANCLINI, 1997): pode atualmente ser marxista a teoria da cultura? – o que recoloca problematicamente a tríade economia - relações sociais - significação, revisando a mirada marxista para esse conjunto. Também cabe lembrar a diferença entre Marx e os marxismos, não imputando ao grande pensador tudo o que se fez em seu nome.

Na *Crítica da economia política* (MARX, 1977, p. 221-228), observa-se o pensamento *complexo* com os conceitos de produção, circulação e consumo. Vejamos o exemplo do *triplo aspecto* da identidade entre consumo e produção. Há *identidade imediata*, como primeiro aspecto, pois a produção é consumo e o consumo é produção: esta dá a matéria e o modo do consumo, criando a necessidade no consumidor pelos produtos; o consumo, por sua vez, dá a vocação do produtor e lhe solicita a finalidade da produção. Como segundo aspecto, cada um é intermediário um do outro, *movimento de intermediação* pelo qual produção e consumo se tornam indispensáveis entre si, embora se conservem mutuamente exteriores. A *criação mútua* entre produção e consumo, terceiro aspecto, se dá porque cada um, ao realizar-se, cria o outro, sob a forma do outro. Aqui se fazem presentes os princípios de Morin.

No entanto, a complexidade do pensamento de Marx, pelo menos na *forma de pensar* o seu objeto em concordância com os princípios do complexo, surge mais completamente na sua idéia de *totalidade orgânica* que reúne produção, circulação e

consumo, pois estes três elementos são vistos como momentos organizados por reciprocidade de ação (MARX, 1977, p.228). Representando esses momentos por A, B, C, temos uma totalidade orgânica pela cooperação dos princípios da complexidade: A-B-C-A numa cadeia de causalidade mútua, em sentidos duplos (direita, esquerda), correspondem à reciprocidade de ação a partir da identidade imediata entre A, B, C (recursividade); a cooperação da totalidade orgânica não faz dissolver a identidade de cada elemento (dialogismo); A, B, ou C, isoladamente, contém todo o conjunto que, por sua vez, contém o elemento (holograma).

Essa complexidade em Marx talvez seja um ingrediente para a compreensão das condições da “produção” de sentido, especialmente se cogitarmos que as teorias daí derivadas se concentraram/perceberam mais um ou outro aspecto da totalidade orgânica. O aspecto forte para a argumentação sobre Verón seria o da criação mútua entre produção e consumo, a interação pela qual um cria o outro, sob a forma do outro. Esse aspecto valorizado como discursividade, no modelo da eficácia simbólica, é que permite pensar na interação do sentido para além ou aquém de um “sistema” prévia e definitivamente estabelecido às interações; elas estão mais situadas concretamente num olhar comunicacional do que subsumidas em articulações sistemáticas entre produção, circulação e consumo numa visada supostamente marxista.

El giro semiótico (FABBRI, 1999) trata das noções de narratividade, passionalidade e tempo, além de situar/valorizar o papel potencialmente elevado da semiótica nos dias atuais no panorama do pensamento científico. Convém assinalar a proposição de um “giro semiótico”, “volta” ou “recuperação” do valor dessa disciplina, quando a ela se imputava uma “falta de atualidade”, curiosamente, quando as investigações sobre signo e sentido se faziam pronunciar. Entre as

muitas razões possíveis para esse paradoxo, Fabbri aponta a falta de um ordenamento geral, responsável pelo efeito confuso das investigações semióticas, ordenamento este que se deveria dar para além dos idiomas teóricos (das correntes europeias: Eco, Greimas, por exemplo).

Sobretudo, a metáfora fabbriana dos elementos conectores que faltavam na caixa de ferramentas semióticas propõe uma questão de cientificidade fundamental. São as relações entre o nível empírico (a vocação empírica da semiótica), o nível metodológico (categorias descritivas), o nível teórico (elucidação das categorias) e o nível epistemológico (fundamentos filosóficos da teoria). Nessa metáfora que condensa importantes relações para o fazer científico, o projeto de cientificidade da semiótica ganha especial relevância e se traduz, especificamente, num dos pontos cruciais do *Giro semiótico*, quer nessa metáfora de Fabbri (devedora da fórmula greimasiana de cientificidade), quer na importância decisiva da semiótica das paixões.

Trata-se de ver que, também num ponto crucial para a disciplina semiótica, a narratividade corresponde a uma aquisição preciosa dos estudos semióticos, das mais bem elaboradas e sedimentadas. Fabbri insiste no papel decisivo do estudo das paixões da semiótica dos anos oitenta e noventa, recuperando a separação que havia entre signo e afeto, já reclamada por Barthes. Devemos sublinhar que esse papel certamente não teria sido exercido sem a semiótica da ação, a qual, em suas origens conceituais (a partir da análise das funções proppianas) Greimas (1979) explicita no texto *As Aquisições e os Projetos*.

Pode-se até mesmo dizer que a sustentação de um giro semiótico não seria possível sem o legado greimasiano, juízo este que se pode ver implicitado, aqui e ali, no livro de Fabbri. Comprova-se isso pela autoria da *Semiótica das paixões*, com a

qual nos brindam Greimas e Fontanille, nos últimos anos de vida do mestre da Escola de Paris.

Na mesma linha de constatação, se pode ver outro ponto importante no *Giro* de Fabbri, o da incorporação da enunciação no aparato metodológico aliada ao conhecimento da ação e da paixão. Estas últimas integram as noções de manipulação e de conflito nos universos discursivos, permitindo o tratamento da questão da *eficácia simbólica*. Isso permite pensar na abordagem da enunciação pelos meios da narratividade e da semiótica das paixões, na medida em que a eficácia simbólica (o comunicacional) ocorre por manipulações modais e passionais. Se a eficácia pode se dar como fenômeno cognitivo (transmissão de informações), mais diretamente ela ocorre quando atua sobre o *outro* pelo corpo (transformações simbólicas por via estésica, perceptiva), caso em que a manipulação passional e modal é convocada.

Neste sentido, se pode dizer que a enunciação está sempre presente quando da eficácia simbólica, pois não é possível distinguir a ação e a manipulação da enunciação, uma vez que, mesmo no caso de se considerar a enunciação um pressuposto do texto (o que levaria a um sujeito historicamente situado), trata-se de uma pressuposição por *reconstrução* a partir do texto. Daí se dizer que a enunciação é resultado do texto, não o antecede.

Esse ponto de vista explica como nós vemos um filme e construímos a enunciação a partir do próprio filme (estabelecendo um ordenamento a partir da trama, assumindo pontos de vista presentes na narrativa, pelas manobras temporais, enquadramentos, etc.) ou, ainda, como se dá a relação entre uma obra visual e o espectador – na pintura, a comunicação entre o artista e o espectador, igualmente,

dependeria desta perspectiva enunciativa, sem a qual seriam necessários, já fora dos limites da obra, atores reais em interação face a face.

A enunciação, aliás, remonta ao problema da falta de articulação entre as teorias do discurso, da enunciação e dos gêneros, problema cuja responsabilidade diz respeito, sobretudo, ao universo de produção teórica pertencente às disciplinas aí envolvidas – fazendo uma suposição geral, é possível suspeitar de que boa parte dos caminhos difíceis (erráticos) trilhados por problemas comunicacionais se deva a essa articulação inexistente.

A enunciação pode ser estudada então num *modelo comunicacional (eu-tu) da paixão*: na manipulação modal e passional da narratividade, assim como pelas manobras temporais do *eu* rítmico enunciador, *eu* que vive na tensividade, no jogo de tensões e distensões, intensidades e extensões e, sobretudo, no *tempo* (FONTANILLE; ZILBERBERG, 2001), conforme será desenvolvido no item 4.4.

A consideração epistêmica e histórico-social do campo comunicacional parece ter permitido, dentro de certas condições, que se articulasse a noção objetual em clivagem com as perspectivas em exame. Desse movimento – abertura para conceber uma forma, fechamento na noção, nova abertura para clivagem – resultou um confronto da noção objetual com alguns saberes do campo comunicacional que fizeram pensar em tendências epistemológicas (descendente e ascendente). O pensamento midiático, seguindo tais tendências, perde o núcleo interacional da noção objetual, seja por imobilidades ou por mobilidades excessivas presentes nas teorias.

Deve-se finalmente notar que a interatividade nos processos midiáticos e a produção de sentido parecem encontrar uma abordagem promissora na noção objetual em correlação ao modelo comunicativo aqui desenhado que se configura na

semiótica greimasiana. Explicitada essa reflexão de base na pesquisa, em nível mais geral e abstrato, passaremos a tratar do seu nível mais concreto: do objeto empírico e das percepções iniciais que deram forma ao objeto.

2.4 PERCEPÇÕES CONFIGURADORAS DO OBJETO

A observação dos chamados *comerciais* de TV se constituiu numa experiência cristalizadora no momento de escolha do objeto da presente pesquisa: a constatação de que as imagens, neste tipo de texto, obedeciam a um ritmo bem mais acelerado do que aquelas apresentadas em outros tipos de programas televisivos, tais como os jornais ou novelas, levou a pensar que possivelmente todas as formas de expressão sofressem uma certa restrição temporal, exigida pelo intervalo – o que se pode entender facilmente com a máxima de que “tempo é dinheiro”. O texto como formato geral, ao corresponder a uma divisão lucrativa do tempo televisivo, adotava um comportamento temporal acelerado.

Essa percepção de *tempo* e de *restrição* do intervalo deu origem à idéia de que o formato dos textos intervalares teria de lidar com o tempo de uma forma especial. Como ensina a *Semiótica das paixões* (GREIMAS; FONTANILLE, 1993), os traços responsáveis pela passionalidade estão *difusos* no *discurso por inteiro*; são como um cheiro que emana das estruturas narrativas. Assim, o formato dos textos intervalares apontava para uma articulação entre o tempo e a paixão, com interferência na estruturação narrativa desse tipo de texto.

Surgiu assim a decisão pelo objeto empírico que resolvemos chamar de *TAT* (*Texto Anunciativo Televisivo*), denominação que permite a referência aos textos do intervalo (TAT do produto ou serviço x ou y e de anunciantes em geral; TAT das

campanhas governamentais ou de partidos políticos, ou das ONGs), tendo por características a localização no intervalo e a extensão temporal (aproximadamente, uma duração mínima de 6 segundos e uma máxima de 30 segundos). Sobretudo, a *denominação TAT* evita os termos como *anúncio*, *propaganda*, *publicidade*, porque, se usados como denominação, trariam uma desnecessária problemática de definição, prejudicando o núcleo da tese. Em compensação, parece lícito esperar que tal núcleo venha a dar subsídios para a caracterização do TAT. O termo *anunciativo* se refere à publicização dada aos TATs, em sentido largo – certo modo de anunciabilidade –, sem implicar o sentido estrito de *anúncio*.

O *texto anunciativo televisivo (TAT)* possui como critério definidor inicial a *duração* média aproximada de 6 a 30 segundos e a *localização* nos intervalos televisivos. Seu formato preciso e temporalmente relevante foi atraente em termos de estudo: a materialidade do TAT induzindo certo olhar inicial veio a favorecer, de modo mais evidente, a confluência que se queria pensar entre os campos da comunicação e da música.

A escolha, acima de qualquer outra contingência, correspondia à vontade de tomar em consideração um objeto empírico midiático (ligado ao discurso audiovisual) em estreita relação com o estudo da temporalidade que, a nosso ver, está em falta no campo da música. Está em falta porque não se atende, por esse ângulo temporal, aos próprios objetos musicais consagrados – temporais, por natureza –, muito menos quando para, além-fronteiras, se procura compreender tal natureza em outros objetos “não musicais”.

Tal perspectiva atendia assim às linhas de força das duas tendências, dando conta de uma noção que se mostrou decisiva para a orientação teórica do trabalho, ou seja, a de que o *tempo* manifestado na audiovisualidade, a exemplo do *sistema*

rítmico musical, como aponta Paolo Fabbri (1999), se constitui na *forma de expressão da passionalidade*, ilustrando algumas possibilidades de renovação da Semiótica em geral, ao estender potencialmente a investigação do sentido pelo incremento do tempo e das paixões. A par disso, a importância da música como arte passional – a significação em música são as paixões expressas em seu sistema temporal – consiste numa formulação greimasiana (GREIMAS, 1983, em *Du Sens II*) que, retomada por Fabbri, convida a uma exploração mais aprofundada em termos de pesquisa, com vistas a examinar as possibilidades de diálogo entre a temporalidade e a musicalidade, ainda que num objeto “não musical”.

Os textos publicitários/propagandísticos dos intervalos televisivos, para se compreender aquele aspecto de decisões iniciais, permitem pensar ainda em duas questões: a da abrangência social e a da metodologia decorrente da escolha do *corpus*. Era evidente a possibilidade de cogitar análises de outros materiais midiáticos, mas as questões mencionadas remeteram aos seguintes elementos condicionadores da escolha dos TATs, em acréscimo àquela restrição temporal comentada: (1) a presença da televisão aberta na vida dos brasileiros, a cotidiana interação com *ampla recepção*, (2) a programação diversificada (filmes, telejornalismo, novelas, *shows*, etc.) que se faz acompanhar, por assim dizer, *sub-repticiamente* pelos constantes “intervalos comerciais”, espaço no qual a TV busca continuar capturando a atenção dos telespectadores, “*pari passu* à programação” que opera certa *anunciabilidade negativa* dos intervalos, (3) o *esforço de produção*, diversificado em formatos, gêneros, estilos, demonstrado nos intervalos pela utilização de estratégias que vão da espetacularização, ficcionalização, informação do mundo social, às hibridações entre estes, e outros fazeres de produção que procuram incrementar o *poder atrativo* dos intervalos, (4) a variedade de *situações* e

dimensões sociais representadas e implicadas nos intervalos – especialmente as dimensões relativas à funcionalidade econômico-mercadológica e política da publicidade/propaganda.

Assim pareceu mais flexível trabalhar com os textos dos intervalos televisivos. Sobretudo, porque tais manifestações comunicativas carregavam um *apelo passiona*l especial: por um lado, o desejo de captura da atenção, da adesão dos telespectadores, por outro, uma *restrição temporal* bem concreta que são os poucos segundos de duração de cada texto impostos pela organização dos intervalos. Tal restrição temporal, já manifesta como texto individual no intervalo, pareceu atraente em termos de estudo, seja pelas explorações analíticas que ela permite fazer num *corpus* com vários textos, seja pela suspeita de que aí o tempo funcionaria de modo especialmente preciso e concreto devido à restrição temporal⁸ que o intervalo exige dos textos que o compõem.

Partimos da percepção de que o TAT quer capturar, persuadir. Embora, em linhas gerais, todo discurso possa ser considerado persuasivo, o da publicidade/propaganda é, por excelência, *reconhecido* como tal, talvez por isso mesmo atingindo uma comunicabilidade própria pelo reconhecimento peculiar – a persuasão pressuposta e aceita como constitutiva de gênero. Mas essa captura/persuasão do discurso do TAT, sem esquecer do *poder de conjunto* das diferentes estratégias possíveis para obtê-la, parece haver encontrado algo especial

⁸ Se é verdade que a narrativa é a guardiã do tempo, no caso destas miniaturas narrativas dos intervalos, o tempo, pela restrição, se mostra um pouco o guardião da narrativa: ela deve se organizar/desenvolver em poucos segundos – o que não invalida a primeira afirmação, mas a recoloca ao menos em dois níveis: o do tempo interno à narrativa e o do “tempo quadratura” do intervalo. A obra de Paul Ricoeur (RICOEUR,1984), dedicada a *questões filosóficas* sobre narratividade e temporalidade, ainda não foi solicitada pela pesquisa no seu atual estágio. Supõe-se que, no futuro, a presença do autor poderá ser solicitada não de maneira artificial, para simplesmente atender aos termos-chave da obra (*Tempo e Narrativa*) em similitude aos termos desta pesquisa, mas para dar então subsídios fundamentais à reflexão vindoura, se ela assim o exigir. É bem possível que, em novos desenvolvimentos deste trabalho, a noção de narrativa presente na noção de *ethos* midiático (Capítulo 3) venha a promover o encontro detido com a obra de Ricoeur.

no tempo que, aliado ao conjunto, consiste no foco que convoca a atenção de pesquisador. Ora, esse enfoque permitia já então perceber a possibilidade do conhecimento *musical – temporal*, portanto – se fazendo pertinente e necessário na pesquisa em Comunicação, assim como trazia a possibilidade de *diálogo das áreas* de conhecimento. Para ilustrar essa pertinência e necessidade, vejamos a consideração de Fabbri sobre discurso estratégico:

[...] pensemos nas diversas formas temporais de um conflito; por exemplo, no tempo de espera para que alguém faça alguma coisa; ou na figura do *ultimatum*: tempo no qual a *dead-line* é uma fronteira quer espaço-temporal, quer de tipo “passional”. E enfim, existem os componentes dados pelo “olhar”, pelo ponto de vista, dos próprios sujeitos sobre a ação (em tal sentido definidos como tensivo-aspectuais): alguém pode esperar algo ou ser apanhado de surpresa. Evidentemente, tais componentes são fundamentais também para o constituir-se do plano emotivo-passional da análise estratégica: de dada ação espera-se algo, teme-se, observa-se, etc. Com efeito, a análise desta última dimensão – passional e rítmica – do conflito constitui um dos maiores aportes que a semiótica pode oferecer aos estudos estratégicos (FABBRI, 2001b, p. 22).

É necessário o conhecimento temporal próprio da percepção musical para dar conta da análise (passional, temporal) que se pretende no TAT, embora isso em nada deva prejudicar a legibilidade da pesquisa para o leitor que não detenha esse conhecimento. O tempo, como componente das paixões, é noção central que se articula neste estudo, especialmente se pensarmos que a passionalidade se transfere/expande de um sistema temporal próprio da música para ser concebido aqui como um sistema temporal composto por diferentes substâncias e formas expressivas, considerando-se a imagem, a música, a fala, e os sons em geral, tomados em discurso e analisáveis conforme as instâncias escolhidas pelo analista. Essa *expansão do sistema temporal* se dá como uma organização textual com todas as substâncias e formas expressivas.

Denominamos então de *sintaxe temporal* a organização (via tempo) das substâncias e formas expressivas realizada pelo tempo no discurso audiovisual,

tomando-se o TAT como base empírica para estudo desse objeto temporal genérico, visto que se poderia estudá-lo em qualquer outro tipo de discurso audiovisual. Aliás, sobre a origem remota desta idéia de expansão do sistema temporal, cite-se o fato de que a música (*mousiké*) para os gregos tinha essa propriedade genérica, se manifestava num espetáculo integrador das diferentes artes (música: arte das musas); era, sobretudo, uma forma de organização ou princípio de natureza cósmica, presente em diferentes manifestações humanas (TOMÁS, 2002).

Esse encaminhamento de idéias permite que se formulem os *pressupostos* da pesquisa e sua *hipótese*: se os intervalos querem nos “capturar” (seduzindo, persuadindo, convencendo), se a dimensão passional do ser humano (o crer, o sentir) atua em seu pensar e fazer, sendo esta dimensão consubstanciada e expressa na temporalidade (componente das paixões), se o TAT apresenta a restrição temporal e forte aspecto temporal-discursivo, dedicando-se ao convencimento do telespectador com mensagens curtas no tempo, então, o TAT teria na *temporalidade* um forte *aspecto estratégico*. O tempo, como estratégia de passionalização para convencer – atuação na região passional, entre o pensar e as ações – e o convencimento dariam as mãos, de alguma maneira, e atuariam juntos no mundo da publicidade/propaganda televisiva.

Até pela restrição temporal do TAT, o estilo semiótico deve ser hábil para funcionar e dizer sua mensagem, mesmo porque a restrição impõe limites às narrativas. Muitas delas são como que fragmentos de uma narrativa maior, nunca presente, um todo sempre virtualizado. O tempo, de certa forma, parece compensar essa limitação insuflando uma passionalização ágil e eficaz na narrativa audiovisual.

Sublinhamos que a noção de estratégia se confunde com a de sintaxe, pois a par de estratégias argumentativas, narrativas, sedutoras que se podem observar em

publicidade/propaganda, o que se quer na pesquisa é capturar/analisar *como* a sintaxe temporal colabora para a eficácia, no seu modo próprio. Isso se mostra naquilo que Greimas considera sobre a comunicação: a *comunicação*, mais do que um código em comum ou um fazer veridictório, é *um confronto estratégico* que, como no jogo de xadrez, consiste em tornar o jogo incompreensível para o adversário, tornar o jogo incomunicável (Cf. Capítulo 3). O tempo, como presença nos textos, encarna essa figuratividade e incomunicabilidade da estratégia. Aliás, a respeito dessa presença fugaz e eficaz, pergunta-se se é possível narrar o tempo. Ora, ele é um narrador que *não* se deixa narrar em sua figuratividade/incomunicabilidade, daí a necessidade de instrumentos teóricos e perceptivos especiais para dar conta de sua natureza e, também, de sua presença de estrategista que vive em ausência de não-narrado do texto.

A perspectiva primeira sobre a sintaxe do TAT, nas fases preliminares percebida apenas intuitivamente, já apontava para o que entendemos, hoje, como sendo a *generalidade do estudo*. Partimos da *hipótese de trabalho* de que a organização temporal dos textos audiovisuais, denominada *sintaxe temporal*, é fator de eficácia simbólica, em outros termos, fator de passionalidade discursiva a serviço do *convencimento* que se quer realizar no processo comunicacional. Tal convencimento pela organização temporal, hipoteticamente, se realizaria de modos diversificados, conforme as variações de meios, gêneros e propósitos envolvidos nos processos comunicativos.

Pressupõe-se que o aspecto generalizante da pesquisa permita a exploração de *recursos* teórico-metodológicos genéricos para a abordagem de *outros tipos* de textos televisivos e audiovisuais. Dito de outra forma, o presente estudo pretende usar a hipótese de trabalho tentando revelar o funcionamento do tempo, do

convencimento por estratégias da sintaxe, constituindo-se assim num primeiro passo teórico-metodológico para o estudo do tempo na audiovisualidade.

3 CENTRALIZAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

Partimos da hipótese, como foi dito, de que a organização temporal dos textos audiovisuais, denominada *sintaxe temporal*, é produzida como fator de eficácia simbólica, em outros termos, como fator de passionalidade discursiva a serviço do *convencimento* que se quer realizar no processo comunicacional. Se o princípio de que todo discurso possui uma *dimensão passional* é genérico, essa sintaxe temporal, por sua vez, é pensada aqui como um *arranjo* especial do material imagético-sonoro (imagem, voz, música, sonoplastia, efeitos audiovisuais, etc.) em correlação ao nível discursivo. Tal arranjo do material pode ser analisado de modo a revelar a dimensão passional, ou seja, *via* tempo explicitado nas categorias temporais de referência, tempo este que faz determinada *forma* composta de diferentes substâncias e formas de expressão (tempos narrativos, ritmos imagéticos, aspectos prosódicos – padrões entonacionais e rítmicos –, e a música, que em si, é um sistema sonoro-temporal, sons e efeitos em geral).

Se todo discurso audiovisual possui uma sintaxe temporal (necessidade formal do discurso audiovisual), qual seria então a particularidade da sintaxe do TAT – do texto publicitário tomado aqui como referencial empírico para o estudo do

objeto, a sintaxe temporal audiovisual? Obviamente, sendo esta uma das questões a mover a pesquisa, cumpre por ora apenas assinalar que foi o *caráter condensador* do TAT (um fluxo discursivo coeso e restrito no tempo) o elemento que marcou as observações iniciais, tal como já foi assinalado.

Por um lado, o TAT deve contar uma história, interpelar, realizar um dizer comprometido com sua natureza – “comunicação persuasiva”⁹ é a expressão costumeira para dizer isso, desconhecendo que todo ato comunicativo se pretende persuasivo necessariamente. Por outro lado, essa história contada e a interpelação direta ao telespectador (alguém que olha e/ou fala para ele) devem se realizar num quadro temporal específico, em torno de trinta segundos, aproximadamente (alguns textos, em minoria, apresentam durações maiores que chegam a três minutos).

Pelo espaço limitado de tempo, as histórias dos TATs costumam trazer, em sua maioria, elementos componentes de diferentes origens: ou de uma história maior pressuposta, ou de “gêneros”/formatos midiáticos referidos, ou de situações comunicativas de amplo uso social, com o intuito de estabelecer a inteligibilidade do texto com base no contrato comunicativo entre enunciador e telespectador. Esses elementos fazem parte da competência interpretativa daquele sobre este último, aliada à competência manipuladora (tais competências serão posteriormente trabalhadas); são elementos – dentre os quais, a temporalidade – que se acreditam pertinentes ou eficazes para a vinculação, em última análise, ao ato de comprar/crer que o TAT deseja impulsionar. O que a sintaxe temporal *faz* neste tipo de texto é o que se lança como questão central.

A perspectiva geral do núcleo do problema está assim exposta. Mais adiante terão lugar especificações e conceituações de ordem restrita. No entanto, faz-se

⁹ A expressão é comumente usada nos escritos sobre publicidade e propaganda, em especial, nos manuais dedicados ao fazer publicitário.

necessária ainda uma contextualização ampla do objeto, lugar de onde se possam observar as relações mais complexas que o envolvem. Das considerações seguintes, algumas poderão funcionar como pano de fundo da pesquisa; outras, apenas como horizonte mais amplo cujas implicações poderão – ou não – ter conseqüências em estágios posteriores do trabalho. Estas conseqüências são atualmente pensadas como possíveis reflexões sobre as perspectivas mais amplas do objeto (vinculações com outras temáticas, problemáticas, objetos) no horizonte dos estudos midiáticos. Passa-se a considerar então o lugar televisivo do TAT.

3.1 O TAT E O INTERVALO TELEVISIVO

A denominação “intervalos comerciais” é comum no dia-a-dia dos telespectadores em geral, servindo como primeira idéia de intervalo televisivo. Pode-se objetar que, nos intervalos, não se tem apenas “comerciais”, anúncios com interesse de venda direta, mas a publicização (anunciabilidade) de campanhas do governo, de ONGs (organizações não-governamentais), informes de empresas, campanhas político-partidárias, etc. Ainda se pode invocar, na mesma objeção, o problema de se diferenciar eficazmente publicidade de propaganda.

Sempre tendo a TV Globo como referência – cuja escolha se discute no último tópico –, a distinção talvez mais evidente, e maleável empiricamente, seria a alternância entre programas (novelas, filmes, telejornais, etc.) e intervalos, ou melhor, alternância entre a *divisão em blocos* desses programas e os *intervalos*. Nestes, apresentam-se textos de duração curta na continuidade de um fluxo temporal peculiar da TV: tensão entre o bloco do programa e intervalo, entre o intervalo e o programa. Pode-se entender o fluxo televisivo como composto por

segmentos de programa (blocos) e *segmentos intervalares* (os intervalos com seus textos curtos – TATs – em continuidade). A noção que se tem de “programação” é a de uma pauta anunciada/ofertada na própria TV, em jornais ou revistas e noutros meios. Ingenuamente, tudo se passa como se a TV fossem apenas “programas”, como se os segmentos intervalares não existissem na programação ofertada, embora muito bem valorizados e planejados na programação do fazer interno das empresas. É um paradoxo, pois o fluxo televisivo sempre os exhibe de modo muito saliente: há, pelo menos, proporções muito semelhantes entre segmentos intervalares e segmentos de programas.

O sentido de “intervalo”, como o “espaço entre”, já aponta para os dois pontos de início e término de um segmento de programa, para essa *primazia da programação anunciada* e exibida pela televisão. Diante desse “silenciamento” sobre a proporção intervalar, na oferta do fluxo televisivo, uma observação pretensamente mais astuta lembraria que o essencial quase nunca é dito; para não cedermos a ela, convém prosseguir com essa ordem ingênua de questionamentos a respeito do lugar dos intervalos ou dos lugares neles ocupados.

Grosso modo, parece lícito dizer que o intervalo se caracteriza pela presença maciça da produção em publicidade/propaganda. Para o tipo de TV aqui em consideração, a divisão intervalo-programa é primordial para a caracterização do fluxo. Mas não se pode sustentar, na verdade, que o intervalo tenha a característica da presença exclusiva desta produção: pode-se notar em filmes, novelas, transmissões esportivas, entre outras transmissões, a inserção cada vez mais freqüente de marcas e produtos.

A tendência de passagem dos fazeres publicitários ou propagandistas dos intervalos para diferentes formas de inserções nos programas, por seu turno, não

abala a divisão clássica (intervalo-programa), pois é o *fluxo* que sustenta e é sustentado pelo intervalo e dá característica primária à divisão; em sendo o intervalo um lugar identificável no fluxo, permanece também, como sua característica secundária, a produção em publicidade e propaganda (apesar das migrações e passagens do intervalo aos programas); os diferentes “gêneros” televisivos da programação, em seu lugar no fluxo, igualmente não perdem suas propriedades estruturais com as inserções dos fazeres característicos dos intervalos.

Com o tensionamento entre intervalo e programa no fluxo da TV, com o destaque para a programação e seus “gêneros” (*anunciabilidade positiva*) e o *silêncio* sobre os intervalos (*anunciabilidade negativa*), talvez se tenha um enquadramento pertinente para se tratar do conceito de intervalo, pois o fluxo supostamente se faz dessas diferentes anunciabilidades tensionadas, onde o intervalo e seus TATs disputam a *continuidade do interesse* do telespectador que assiste a programas – como concebeu certa vez um famoso publicitário, o anúncio é um *intruso*, e o mínimo que um intruso deve fazer é procurar ser simpático. A publicidade/propaganda dentro dos programas mostra que os anunciantes, indo além da intrusão intervalar, querem estar no “universo principal” da televisão (os programas) em sua anunciabilidade positiva. É isso o que toca a observação de Ignacio Ramonet sobre o filme publicitário considerado como um “gênero discreto”:

O filme publicitário é um gênero discreto. Nas salas, ele não é anunciado; nas emissoras, os programas de televisão sequer o mencionam. Esta discrição que parece contrária à sua obstinada preocupação de eficácia, mostra-se necessária para fazer-se aceitar. É este o preço de sua legitimidade nas telas, pois trata-se efetivamente de uma propaganda silenciosa. Esta sábia reserva permite, por outro lado, aos *spots* publicitários dissimular-se no emaranhado dos programas, e estar neles *naturalmente*, como um peixe na água (RAMONET, 2002, p. 54).

3.2 PUBLICIDADE E PROPAGANDA: PROBLEMAS TEÓRICOS

Quando se usa a palavra *gênero* é para fazer referência a problemas teóricos que dizem respeito à distinção entre publicidade e propaganda, os quais motivaram a denominação *TAT* – sem que isso nos livre da caracterização do tipo de texto em estudo; apenas declina-se da tarefa de resolver tal distinção secundária (ou propaganda ou publicidade) para o objeto de estudo. Para exemplificar, tome-se uma distinção de termos já utilizados neste terreno problemático: a propaganda, assim diz uma definição mais ou menos comum, apoiando-se numa autoridade religiosa, política ou ética, seria mais “pesada” discursivamente, pretende mudanças na esfera dos valores éticos e sociais; a publicidade, mais “leve”, lidaria com universos de desejos, já que não dispõe da autoridade da propaganda (CARVALHO, 1996). Aí se pode ver a dificuldade de definição dos termos empregados, pois é fácil contrapor o fato de que um TAT de partido político, no intervalo, pode eventualmente despertar desejos, que sua “autoridade”, não só subsistindo via personalidade autorizada com seu discurso “pesado”, incrementa-se justamente com a “leveza” dos simbolismos, das artimanhas artísticas, das táticas de linguagem; especialmente hoje, com a política espetacular, videopolítica, etc.

Nessa distinção proposta e contraposta, está em jogo tanto o tipo de discurso quanto o sujeito enunciador, e se explica *um pelo outro*. Isso implica as correlações que faltam saber entre teorias do discurso, da enunciação e de gênero. A articulação entre essas teorias está longe de ser estabelecida. As definições, de uma ou outra maneira, acabam sempre tocando esse problema, embora ele seja pouco lembrado pelos definidores.

Para melhor ilustrar o problema, vejamos por onde passa a questão e algumas de suas dificuldades. Jost, pensando nos *territórios dos gêneros televisivos* (JOST, 2002, p. 4-6), destaca três modos de enunciação que recobrem todas as emissões televisivas: o modo de *enunciação autenticante*, pretende nos informar sobre o mundo cotidiano (jornal televisivo, documentário, reportagem), ou ainda nos colocar em contato com ele. A importância de uma transmissão direta, por exemplo, nos parece portadora de uma *autenticidade* particular, de modo que a veracidade das palavras e imagens se pode avaliar em comparação com o que sabemos a respeito dos acontecimentos com base em outras fontes ou em informações posteriores ou anteriores à transmissão.

O modo de *enunciação ficcional* objetiva construir um mundo caracterizado por uma construção autônoma, embora portador de semelhanças com o mundo cotidiano. De um fato qualquer narrado, são as conseqüências narrativas que importam, de modo que a veracidade de uma ação ou de uma seqüência narrativa não se julga apenas por simples comparação com nosso mundo, mas em função da coerência do universo criado com os postulados e as propriedades que o fundamentam.

O modo de *enunciação lúdica* é um nível intermediário: as emissões têm como fundo o nosso mundo (como no modo autenticante), mas conforme regras próprias primordiais (como na ficção). É exemplo disso os jogos televisivos do tipo pergunta-resposta onde os competidores respondem a perguntas sobre nosso mundo (sobre história, conhecimentos gerais, etc.), mas ao mesmo tempo obedecem a regras e lógicas próprias do programa (tempo limitado para responder, dizer sim ou não, etc.). Igualmente, as emissões divertidas ocupam esta posição mista onde as seqüências organizadas pretendem nos fazer rir, tendo por base uma

eficácia ligada ao nosso mundo cotidiano. A publicidade reúne também essas duas dimensões do lúdico: por um lado, ela é autenticante, na medida em que seu discurso apela às propriedades do mundo em que vivemos, querendo prescrever nossos comportamentos. De outro lado, ela põe em jogo o exagero, a ênfase, o impossível, jogo no qual o telespectador evidentemente participa.

Tomando os termos autenticante, ficcional e lúdico como interpretantes (Peirce) de todo signo televisivo, Jost propõe daí algumas regras específicas para cada interpretante: infringe a regra autenticante o jornalista que se faz passar por um falador trivial; infringe a regra ficcional um narrador que conta mal sua história; aquele que não respeita as regras do jogo, está aquém do lúdico. Ele considera, porém, diante desses critérios de apreciação (dados pelos modos de enunciação) que a comunicação televisiva é um processo dinâmico e incerto e uma emissão *não* poderia jamais ser encerrada neste ou naquele modo. Importa observar que o canal televisivo pratica atos denominativos (nos títulos dos programas) e o telespectador, a seu modo próprio, se apropria mais ou menos dessas denominações.

Para não se comprometer com a tese ontológica, Jost representa os três modos num triângulo, sem fixar este ou aquele gênero de emissão, mas coloca-os em movimento. Se parece certo classificar o telejornal no autenticante, os jogos no lúdico e as séries televisivas no ficcional, pode-se ter que a ficção se apresente como autenticante ou a *realidade* como um *show*. Assim também o jogo demove-se de sua natureza e extrai sua legitimidade da verdade que pretende passar.

A teoria realizada pelo autor traz uma problematização implícita¹⁰ que aponta para a articulação de teorias (discurso, enunciação e gênero), constituindo-se um

¹⁰ No primeiro semestre de 2004, assistimos ao curso do Prof. François Jost, na Unisinos; observamos, de um lado, maior peso da ontologia em sua teoria, de outro, a preocupação com gêneros e modos discursivos. Em vez de modos enunciativos, o autor fala atualmente de *mundos televisivos* (real, lúdico, ficcional), ilustrando melhor a *problemática*, pois agora o problema do real

problema teórico geral que está além deste ou daquele objeto particular. Pode-se prever que, enquanto não houver um esforço envolvendo um conjunto de conceitos, problemas e disciplinas para articular melhor a questão, estaremos por certo comprometidos com definições de publicidade e propaganda (que as distinguem ou confundem) condenadas à polêmica sem as melhores bases construtivas de diálogo, quais sejam, as que passam pela articulação teórica comentada. Essa é a razão fundamental que nos moveu a *denominar* TAT – Texto Anunciativo Televisivo – o objeto empírico da pesquisa, evitando assim acarretar uma discussão terminológica (por que propaganda, ou anúncio, ou publicidade?) que não é central na pesquisa e que pertence a um problema terminológico e teórico de ordem geral. A denominação TAT permite incluir no *corpus* tanto o que se *consideraria* publicidade, por um lado, quanto propaganda, por outro. A composição do *corpus*, propriamente dita, será discutida mais adiante, no capítulo 4.

Obviamente que a problemática não é apenas pertinente para os fazeres publicitários ou propagandistas dos intervalos. Os três modos de enunciação se referem ao *conjunto* intervalo-programa. Deixemos, por ora, as seguintes questões: se os segmentos de programa são unificados por certa unidade de “gênero” (pois ao longo dos segmentos, para as denominações usadas e reconhecidas pela audiência, trata-se sempre de um jornal, uma novela, etc.), se os segmentos intervalares misturam, circularmente, diferentes modos enunciativos no fluxo televisivo, seria possível pensar numa função dinâmica, de hibridação, onde os intervalos seriam expressão das forças criativas de territórios televisivos? Será que pode haver, em

se acentua, embora Jost pareça resolver isso na relação dialética de mundos (real e ficcional) e nos índices de factualização e de ficcionalização. O que estamos tentando ilustrar mais uma vez aqui é a falta de articulação entre gênero, discurso e enunciação que se mostra tanto no problema de diferenciar publicidade de propaganda quanto numa teoria sobre TV. Aliás, cabe sublinhar a visão dos gêneros televisivos, segundo Jost; ele os vê como “promessa”, ao invés de usar o conceito de contrato, o que o faz comparar o *conjunto da TV à publicidade*, no sentido de que ambas *fazem promessas*, respectivamente, de gênero e de produtos/serviços.

relação aos modos de enunciação e de combinação entre eles, algumas modalidades específicas de tempo, *temporalidades distintas* para diferentes modos enunciativos?

3.3 PERSPECTIVAS AMPLAS SOBRE O TAT

Num sentido marxista muito rudimentar, os fenômenos de comunicação seriam epifenômenos da estrutura econômica, a publicidade/propaganda seriam vistas então numa perspectiva superestrutural. Se é verdade que hoje as empresas de comunicação, as redes informacionais, os negócios dos produtos audiovisuais, são parte estrutural do capitalismo contemporâneo, que o mundo da comunicação e informação forma um mercado simbólico constituinte da estrutura, como entender os intervalos televisivos nesse novo arranjo contemporâneo?

Se pensarmos neles e na mídia dando espaço a um mercado de signos e discursos a partir da organização empresarial que lhes serve de apoio, por que não teriam uma função social caracterizável como sendo vendedora de sonhos, poderes, símbolos dos produtos e processos econômica e politicamente produzidos? De outra forma, por sua própria organização e funcionamento internos, não teriam a função de *fazer sonhar* o que os alicerça socialmente (função estruturante das estruturas)? Para ilustrar concretamente, basta observar, por um lado, a demanda publicitária requerida pela produção automobilística, com seus símbolos de potência e sedução; por outro, o *design* espacial que alguns modelos de automóveis foram incorporando em decorrência do imaginário sideral (gibis, filmes).

Nessa direção de entendimento, os intervalos apresentam a característica da anunciabilidade desses produtos simbólicos consumidos que podem ser como peças

de fruição estética – muitas vezes, a publicidade se autonomiza/descola do produto ou serviço que “deveria anunciar”, de modo que o telespectador nem fica sabendo de que produto se trata no TAT, a peça paira no ar, em seu valor de fruição ... Daí também o modo de ver os TATs como filmes (curtos, simpáticos, divertidos, etc., ...) que se tornassem então, como que por encanto, livres da estratégica responsabilidade do fazer crer/comprar.

Nesse lugar, próximo da arte, segundo uma perspectiva não-aurática (não frankfurtiana), entra a discussão calcada em oposições (alta/baixa cultura, arte/não arte, massivo/não massivo), muitas vezes dada como morta pela voga pós-modernosa, mas que reaparece, aqui e acolá, com força, embora veladamente.

Parece oportuno considerar, por esse ponto de vista, a valorização de fundo que motivou Arlindo Machado em *A Televisão Levada a Sério* (MACHADO, 2000). O autor defende a TV das acusações que a denominam de “meio menor”, “meio massivo degradante”, e outras dessa ordem, dentre as quais, aquela que imputa aos pesquisadores interessados pela acusada um traço de ignorância, de interesse pelo banal. Nosso interesse pelos intervalos então, aos olhos desses juízes implacáveis dos fenômenos socioculturais, simbólicos, languageiros (e outros) deveria mesmo ser considerado nos seus termos: uma banalidade, tão-somente. Os intervalos, por excelência, são um prato cheio para os que tendem a comparar a TV com o Cinema, este sim, “sério e estético”, o merecedor de interesses intelectuais.

Não nos interessa aqui dar resposta a essas vozes “críticas” (Arlindo Machado já o fez, embora numa moeda valiosa para os acusadores: a *qualidade* estética, a seriedade), mas apenas assinalar que não nos inserimos intencionalmente, ao menos, nessas perspectivas de atribuição de valores (bons, maus, altos, baixos, etc.) ao meio televisivo, quer porque nosso interesse (analítico)

não deve ser o do julgador implacável ou o do codificador moralista, com sua pretensão crítica que toma uma distância repulsiva e negadora ou uma proximidade atrativa e positivadora daquilo que julga, quer porque encerrar a discussão do “fenômeno televisão” em termos de comparação com as artes é, sobretudo, esquecer que, de certa forma, *esta* discussão é também *parte* do fenômeno, o que faz o posicionamento “pró-TV” se engajar e se anular numa objetividade que o engloba. Isso, no geral, resulta por demais redutor/simplificador das perspectivas midiáticas de compreensão que se podem desenvolver sobre a TV e os intervalos. Enfim, dito isso, nem mesmo pelo nosso ponto de vista, o intervalo pretende ser (como diriam alguns) o fiel escudeiro da banalidade.

3.3.1 Estratégias e consumo

A proposição de Duarte (DUARTE, 2002) é a de que as *estratégias de discurso* da publicidade admitem certa sintonia com determinadas *racionalidades do consumo* (CANCLINI, 1999, p. 76-80); segundo tal proposição, pode-se então estabelecer uma relação do seguinte modo: a cada tipo de consumo previsto (envolvendo aí o tipo de produto, de segmento social visado, etc.) corresponderá um tipo de discurso publicitário (modos de dizer, modos manipulatórios). Essa configuração dialoga com as racionalidades do consumo em Canclini (o consumo como conjunto de processos socioculturais em Canclini, com suas racionalidades estendidas à publicidade), de modo que determinadas *ênfases do discurso* das publicidades correspondem a diferentes racionalidades enfatizadas (econômica, sociopolítica, simbólico-estética, integrativo-comunicativa), advindo destas ênfases as diferenças entre os tipos de publicidade.

Na configuração racionalidade-publicidade, proposta por Duarte, quando um anúncio faz predominar a informação referencial, destacando características específicas dos produtos e serviços anunciados (valor utilitário do produto, preços, condições de pagamento, qualidade diferencial, etc.) há ênfase na *racionalidade econômica*; quando o anúncio prefere persuadir pelos temas de interesse público associados ao produto/serviço, de modo que a idéia de consumo do bem se faz acompanhar de algum posicionamento político do consumidor (posições sobre racismo, sexualidade, discriminação social, etc.), tem-se a *racionalidade sociopolítica* enfatizada. Na ênfase discursiva ligada à *racionalidade simbólico-estética*, o consumidor é interpelado com o enaltecimento de sua capacidade interpretativa face a um discurso com elaborações sígnicas estéticas, com efeitos de sentido mais complexos e sutis que destacam assim um segmento elitista almejado capaz de entender a mensagem e consumir. A distinção simbólica desta elite seria a interpelação que caracterizaria essa publicidade.

Por fim, a ênfase na *racionalidade integrativa e comunicativa* indica que, pela publicidade, *pari passu* com a diferenciação social entre os partícipes da sociedade, pelo consumo diferenciado, mesmo divididos em classes de consumo, eles compartilham de algum nível de significado sociocultural, o que faria da publicidade um vetor integrante da racionalidade integrativo-comunicativa da sociedade. Os anúncios com ênfase nesta racionalidade trabalham códigos e valores de segmentos sociais restritos, compreensíveis e desejáveis, no entanto, pelos segmentos não participantes das tribos de consumo às quais o anúncio se dirige. Cabe assinalar que as racionalidades de consumo na publicidade, necessariamente, não se excluem; todas podem atuar simultaneamente num mesmo discurso. Em linhas gerais, são essas as proposições paralelas entre Duarte e Canclini.

Enquanto Canclini trata o consumo numa perspectiva sociocultural (para além de uma caracterização moralista do consumo como consumismo, partindo então da pergunta sobre o significado do consumo, e do porquê de sua renovação constante), Duarte desloca as racionalidades de Canclini para ver aí ênfases estratégicas no discurso publicitário centradas (1) na imagem do produto, isto é, na informação referencial caracterizadora daquilo que é ofertado (racionalidade econômica), (2) na imagem de consumidor engajado com certos temas sociais (racionalidade sociopolítica), (3) na imagem de consumidor diferenciado dos demais consumidores, graças à distinção simbólica ao entender e consumir o que é anunciado, 4) na imagem do consumidor diferenciado e integrado pelo ingresso em determinados redutos de consumo.

Do processo sociocultural pensado por Canclini, impulsionado pela indagação sobre o significado do consumo, Duarte extrai a hipótese de que esses valores socioculturais do consumo constituam-se em racionalidades que sobredeterminam as escolhas e adoção de estratégias discursivas com diferentes centramentos (do modo referencial descritivo do produto/serviço, às imagens do consumidor distinto – calcadas no “privilégio de ser diferente” – imagens que, ao fazerem uso das diferenças sociais, baseiam-se igualmente numa função integrativa do social pela diferenciação). Notemos aquilo que é próprio de cada caracterização: na primeira, a informação referencial e o produto/serviço, nas demais, a interpelação dos sujeitos e um processo integrativo-comunicacional resultante. Essa *perspectiva estratégica* de Duarte insere-se na perspectiva de Canclini quando este pensa que é necessário avançar numa linha de estudos tendo o *consumo como objeto*, podendo daí resultar um quadro conceitual mais amplo para os *processos comunicacionais* (CANCLINI, 1999, p. 76).

3.3.2 Intervalo como um lugar do *bios* virtual

A importância da teoria da *Antropológica do espelho* (SODRÉ, 2002) para a tese, afora a contextualização ampla que faz situar o objeto mais específico e o intervalo, reside nos conceitos temporalizantes da teoria que permitiram – mais do que outras referências teóricas encontradas em comunicação – analogias com o objeto da tese. Foi então conseqüente pensar, a partir do *ethos* mediatizado, o *tempo do ethos* que cerca de modo amplo a noção de temporalidade. Para uma visão do *ethos mediatizado*, é esclarecedora a síntese introdutória do autor da *Antropológica do espelho - Uma teoria da comunicação linear e em rede*:

Aqui se vai mostrar que a mídia (“meios” e “hipermeios”) implica uma nova qualificação da vida, um *bios* virtual. Sua especificidade, em face das formas de vida tradicionais, consiste na criação de uma eticidade (costume, conduta, cognição, sensorialismo) estetizante e vicária, uma espécie de “terceira” natureza. À maneira do “anjo”, mensageiro de um poder simultâneo, instantâneo e global exercido num espaço etéreo, as tecnologias da comunicação instituem-se como “boca de Deus”: uma sintaxe universal que fetichiza a realidade e reduz a complexidade das antigas diferenças ao *unum* do mercado (SODRÉ, 2002, p. 11).

Se o *ethos* significa, na sua origem grega, a morada, espaço da realização e ação humanas, o *ethos* mediatizado implica o reconhecimento da *mediatização* como uma “mediação” fortemente tecnologizada, onde o ser humano e sua imagem se diferenciam muito pouco, onde o indivíduo vive em “tecnointerações”, “virtualização” ou “telerrealização” das relações humanas. Se a teoria nos propõe que o ser humano e sua imagem muito pouco se diferenciam, cabe saber qual enfoque de ser humano é empregado. Se considerarmos a teoria crítica, pano de fundo importante da teoria da *Antropológica*, segundo a qual se pode pensar o homem se realizando pelo fazer, pelo trabalho, pelas atividades sociais que desenvolve, esse humano da

*Antropológica*¹¹ que vive em “relações” virtualizadas centra-se, portanto, no fazer comunicacional midiático, constituinte do ser; a imagem que com *ele* se confunde é a imagem de um *outro* vivente no processo comunicacional. Trata-se então do ser humano pelo fazer relacional (comunicacional midiático), e que assim se faz e refaz.

Nesse ponto, invoca-se o modelo comunicacional da paixão, no qual *um eu age num tu* (unidade ação-paixão) para ajudar a pensar esse fazer relacional constituinte do *eu* que se engendra nas narrativas midiáticas, idealizadoras de um *eu* na recepção. É, nesse sentido, que se entende a convocação da narrativa midiática nas últimas páginas do livro da *Antropológica* (ibidem, p. 254-5) e da “identidade narrativa”. Trata-se aqui, segundo Sodré, de uma *redescrição ou refiguração da experiência temporal pela narrativa* ajudando a entender a *aceleração temporal* (a reinscrição do tempo vivido no tempo da máquina) pelas teletecnologias. O *bios* midiático implica então uma “refiguração imaginosa da vida tradicional pela ‘narrativa’ do mercado capitalista” (ibidem, p. 255).

Com o regime indiciário, a perlaboração e o diferendo, características que dão determinado caráter caótico para o midiático (*ibidem*, p.53-5), emergem atmosferas e ambiências, passionalidades, *ethos* singulares, resultantes de estratégias discursivas que não deixam de realizar uma “prescrição moral” (nunca agendadamente impositiva, mas sedutora, persuasiva), *ethos* singulares criados

¹¹ *Antropológica* é a palavra usada para indicar a necessidade, defendida pelo autor no último capítulo do livro, de uma nova configuração epistemológica (comunicacional) para dar conta dessa nova forma de vida (*bios* virtual). Tal tarefa seria atribuição do campo de conhecimento comunicacional, tarefa a ser desenvolvida a partir das ciências tradicionais (humanas e sociais); estas, se não reconsideradas na reconfiguração epistemológica, seriam infrutíferas diante do *bios* virtual – daí *Antropológica* em relação à Antropologia. No tocante a esta pesquisa, deve-se ponderar que não nos cabe discutir a postura epistemológica de Sodré, já que o foco que nos interessa não é o do *bios* midiático, nem mesmo o do *tempo do ethos* acima indicado; se assim não fosse, estaria posta a exigência de tratar detidamente das questões epistemológicas que se colocam na *Antropológica do Espelho*. Na verdade, não se objetivou ter em conta nada além daquele papel de *pano de fundo* ou de *horizonte* aqui desempenhado pela teoria, sobretudo na indicação de possíveis novas perspectivas, objetos ou temáticas que poderiam envolver (ou que se fariam gravitar em torno de) o objeto de estudo específico.

discursivamente na lógica mercadológico-publicitária. Se pelo regime indiciário o sentido se apóia nos índices, ou seja, numa constante remessa sígnica dentro de um contexto relacional e dinâmico do texto, é o tempo o responsável pela organização em que as coisas se indicam reciprocamente, em termos dinâmicos e relacionais; também cabe a ele colaborar para a *bricolage* que se faz com os materiais (perlaboração), pois trabalhar *através* dos materiais se faz, sub-repticiamente, com a incomunicabilidade e figuratividade do tempo, assim como isso camufla e facilita o diferendo, a ausência de regras estáveis e juízos explícitos que dão o tom difuso da prescrição moral da mídia, na dinâmica vivacidade da unidade tempo-passionalidade: essa prescrição moral que os textos fazem (sedutora e persuasiva) encontra no tempo um lugar de onde se interpela o receptor – seu “caráter caótico” liga-se ao dinâmico, ao quase-imperceptível da incomunicabilidade e figuratividade do tempo, é o lugar onde o “caótico” engendra-se com o exercício da estratégia, num amálgama entre ordem e desordem.

O tempo no *ethos*, tendo papel estrutural nesse *bios* midiático, atuaria desde o nível discursivo dos textos ao nível midiático (*medium*). O *medium* pode-se explicar, segundo comparação de Sodré (idem, p.20), com o *rock'n roll*: este resulta da combinação de uma forma musical (rythm'n blues) com o então dispositivo técnico (disco de vinil), socialmente produzido pelo rádio (disc-jockey) e mercado; é o tempo que, como fluxo numa espécie de “*musicalidade-medium*” (a natureza estetizante e vicária), integra uma realidade envolvente e estetizante das experiências dos indivíduos, compondo uma dimensão espaço-temporal do indivíduo que vive na manutenção de “dois mundos” paralelos, mas integrados: “A *forma-medium* torna-se, assim, uma espécie de suporte da consciência prática na medida em que os fluxos informativos fazem interface, reorganizam ou mesmo inventam

rotinas inscritas no espaço-tempo existencial. A própria recepção ou consumo dos produtos midiáticos apresenta-se como atividade rotineira, integrada em outras que são características da vida cotidiana” (*ibidem*, p. 51). Trata-se de ver qual a função do fluxo televisivo nessa *forma-medium* onde está o intervalo.

No intervalo opera-se um jogo de espelhamentos (o enunciador é o espelho de um constructo; o enunciatário é o espelho desse espelho), no qual a iluminação midiática (que é estesia estetizante, prescritiva de uma sociabilidade/moralidade do consumo) dá visibilidade às sociabilidades imagéticas, através de uma retórica específica: seria então o tempo do *ethos* midiaticizado o realizador da prova ética (discurso eficaz) e patética (efeito passional, estésico) de um regime de visibilidade social (SODRÉ, 2002, p. 58-61, 73-82).

Pelas narrativas midiáticas realizam-se aspectos fundamentais desse *bios* virtual, entre os quais, esse tempo “vivo e real” virtualizado, esse *outro* virtual que faz interface existencial com o cotidiano, o substrato ideológico-mítico da sociedade via histórias contadas nesse mundo virtual e, enfim, por meio de uma narratividade midiática, o que se engendra complexamente com o mundo paralelo “real”; no caso da TV, isso se dá por meio de um fluxo temporal próprio desse novo *bios*. Fazer dialogar esses aspectos fundamentais (que se referem a uma reinscrição do tempo vivido no tempo virtualizado) com o fluxo temporal da TV, parece importante para se entender o fluxo comunicacional do *bios*, também na qualidade de elemento altamente caracterizador da lógica midiática audiovisual.

3.3.3 A sintaxe do TAT: algumas implicações

Concebe-se aqui a possibilidade de existir uma *sintaxe intervalar*, cuja análise não incluímos no *corpus* seguindo a perspectiva de que esta sintaxe está à espera daquela a ser desenvolvida nos TATs. Supostamente se pode pensar que cada texto teria, além da sua própria sintaxe, uma marca da sintaxe do intervalo; estaria num lugar específico do intervalo, e este, por sua vez, num lugar do fluxo televisivo. Aliás, a Rede Globo, através do seu departamento comercial, oferece toda uma classificação dos lugares e modos de formato dos anúncios, o que aponta para essa possibilidade da sintaxe intervalar, já indicada pelo modo de funcionamento da produção.

Embora a relevância do intervalo, a análise sobre sintaxe intervalar não ultrapassará o que aqui consta como observações, uma vez que, como já foi indicado, as análises empíricas individuais serão dedicadas aos TATs individuais, pela relevância maior que estes possuem para o objetivo de dar conta do objeto temporal proposto.

Na seqüência de TATs (observados nos intervalos), a exemplo de elementos sintáxicos, se observa uma ordenação segundo o fluxo rítmico que eles formam: dois ou três textos de ritmo rápido, seguidos de um mais lento; o texto com som-ambiente (sem música, sem fala *in off*, sem sonoplastia, apenas com fontes sonoras enquadradas – fontes intracampo) aparece sempre após ou antes de textos com muita montagem e fontes extracampo. Há, portanto, aí uma organização temporal *do intervalo*, onde é organizado determinado ritmo das substâncias e formas imagético-sonoras.

Sobre esses padrões rítmicos das substâncias, convém lembrar a opinião comum de que a “televisão é imagem”. Em contrapartida, não é tão comum a idéia

de que a *imagem* forma uma unidade com a *dimensão sonora*¹². Apenas em casos especiais, com efeito expressivo intencional, o TAT ocorre sem sons (fala, música, sonoplastia). Em uma observação que realizamos com 100 TAT(s), em diversos canais televisivos brasileiros, 98% tinham imagens “sonoras” (não dizemos “sonorizadas” a propósito da noção de imagem-som), em 2% dos casos o fluxo discursivo da TV, predominantemente imagético-sonoro, *era interrompido* com imagens sem sons: tratava-se de um texto verbal que apresentava mensagem escrita. Após a exibição deste TAT especial, o fluxo se restabelecia, resultando finalmente, a par da interrupção anterior, um efeito expressivo em favor daquela mensagem.

Como se relaciona a sintaxe do TAT individual, aqui estudada, com a sintaxe intervalar? Essa relação não poderá nos dizer algo do *bios* virtual, do *ethos* mediatizado? A própria organização intervalar não se sustentaria a partir de um pano de fundo que são formas de cognição, de costume e de condutas, formas pressupostas na produção televisiva como as mais eficazes, como sendo as formas da recepção? Para contribuir com essas questões, o estudo irá se concentrar na sintaxe individual dos textos, partindo daí, quando possível, para vislumbrar questões mais amplas.

As questões sobre os territórios televisivos dizem respeito à observação de que o TAT encarna diferentes linguagens, as formas de produção advindas de outros meios, e vive de hibridismos de meios e estilos semióticos, de diferentes modos de enunciação televisiva. Assim, pode-se ver que a sintaxe do TAT, muitas

12. Noções deleuzeanas, como a proposição de uma “imagem-tempo” que participa da dimensão dos *cronosignos* (DELEUZE, 1990), são também indicadoras de uma abordagem que busca estabelecer categorias temporais, não obstante o fato de que, entre a abordagem filosófica do autor e uma abordagem analítica de texto, reside uma distância cujo alcance nossas categorias não têm o propósito de dar conta. Com o sincretismo estésico, indica-se a dimensão temporal atuante no sincretismo, a governar a ordem, a seqüencialidade e os efeitos dessa totalidade sensorial das imagens (“visual”, “sonora”, “temporal”).

vezes, adquire um primeiro sentido nas referências que faz ao cinema, ao vídeo, aos jogos eletrônicos, etc. Interessaria ver aí qual sentido específico essas referências fazem no conjunto do texto, sua vinculação ao produto ou idéia, à marca, ao serviço ofertado, ou ainda, que tipo de identidade visual (FLOCH, 1995) existe entre produto/marca e os estilos semióticos de produção do TAT. A sintaxe do TAT, do intervalo, o fluxo televisivo, perante a suposição de um *ethos* temporal que reinscreve o tempo vivido num tempo virtual – o que constitui a musicalidade do *medium* –, solicitam uma reflexão, em termos conceituais e empíricos, sobre o tempo em comunicação, favorecendo assim o trabalho de problematização e análise.

3.4 O TEMPO NA CONVERSAÇÃO AUDIOVISUAL

A obra de Gianfranco Bettetini, dedicada ao sujeito da enunciação na *conversaçoã audiovisual* (BETTETINI, 1984, p. 118-121), apresenta a noção de tempo *do intercâmbio comunicativo*: trata-se de uma noção ampla em que o tempo se dá a ver ora como matéria significativa organizada sucessivamente, ou fluxo de instante a instante, ora como duração em que se dá o consumo do produto audiovisual, ou ainda como seqüência de eventos ou *ações do texto* na relação dele com o destinatário (a conversaçoã), seqüência de um *programa de contato empírico* com o receptor. Enfim, o tempo do intercâmbio comunicativo constitui-se numa “*temporalidade eventual*” em que se desenvolve a conversaçoã do texto audiovisual com o seu destinatário.

Na perspectiva do autor, as comunicaçoões audiovisuais, na esteira da comunicaçoã massiva, cada vez mais identificam o enunciatário com o enunciador,

essa “conversa” se dá num lugar que é simulado no texto como lugar de *efeito perlocutivo* no destinatário empírico. Essa ação perlocutiva, logicamente sendo de natureza semântica na seqüência dos enunciados ordenados, depende do ordenamento temporal, da dimensão temporal (dinâmica) em relação estreita com o intercâmbio comunicativo e com a situação específica de consumo, situação em que *o tempo da enunciação* - concebe Bettetini - corresponde ao *tempo de consumo* do texto. A conversação audiovisual implica também no problema da informação, esta concebida na sua origem etimológica (determinação – decisões tomadas – de um determinável), sendo que a *instância narrativa* é uma das formas principais de determinação que o sujeito enunciador assume e pela qual se realiza a conversação audiovisual.

A relação entre narrativa e tempo, já mencionada título famoso de Paul Ricoeur, entre narratividade e a conversa audiovisual vista na sua dimensão temporal, implica em examinar aqui as noções de *seqüência*, *ordem*, *instante*, sobretudo, a noção de *seqüência de ações*, já que ela é constitutiva das determinações do enunciador, que assume a narratividade, e da temporalidade eventual, que dinamiza a conversa audiovisual.

3.4.1 Ações *no/do* tempo

A noção perlocutiva, antes usada com Bettetini junto à metáfora da conversação, propõe uma *ação da temporalidade eventual* (eventos no tempo com efeitos semânticos e perlocutivos). As noções de ordem e seqüência estão implicadas por uma relação causal: se a ordem é uma disposição (arranjo ou preparação), a seqüência é o que resulta de tal disposição, uma continuidade. A

seqüência audiovisual, então, é uma continuidade que responde pela eventualidade organizada no tempo, o que, em parte, Bettetini chama de temporalidade eventual.

Em geral, o que se denomina de seqüência fílmica (ampliada aqui para seqüência audiovisual), implica a noção de unidade de ação, ou seja, uma unidade narrativa. Daí se pode ver que a temporalidade eventual de Bettetini nos informa que a seqüência audiovisual é composta por uma disposição resultante em continuidade cujo efeito é uma unidade narrativa; mais do que isso, há uma ação que se configura *no tempo* (unidade narrativa) e uma ação perlocutiva *do tempo*, no intercâmbio comunicativo que se faz de diferentes momentos (instantes da seqüência) na continuidade da narrativa.

O instante, sendo o que está por acontecer em dado momento, ou o momento em que ocorre, nos desafia de perto com a questão sobre o que é ou como funciona o tempo. A seqüência audiovisual se faz de instantes que, por um lado, ligam-se às ações esperadas ou inusitadas (com elementos vistos e ouvidos da narrativa audiovisual), por outro, constituem-se em *ações em si mesmas*, em efeitos programados pelo sujeito enunciador, onde o tempo funciona como meio expressivo nos instantes da seqüência. Daí se pode concluir que *o tempo faz algo* na conversação audiovisual e que essa *ação do tempo* anda *pari passu* com a *ação no tempo*.

3.5 COMUNICAÇÃO COMO CONVENCIMENTO

A metáfora conversacional, na medida em que propõe efeitos semânticos e perlocutivos, reclama a perspectiva nocional da comunicação, mais precisamente, trata-se de saber qual noção de comunicação se pode aí conceber e qual é a

compreensão da relação de tais efeitos. Doravante, com o exame disso, esboça-se um quadro compreensivo para a conversa audiovisual, para a instância narrativa de tal conversa e para o tempo *em* e *na* ação – o que corresponde a desenvolver aspectos fundamentais da temporalidade eventual de Bettetini.

3.5.1 Jogo e comunicação

Em *A propósito do jogo* (GREIMAS, 1998, p. 119-123), Greimas reflete sobre o jogo de xadrez indicando inicialmente uma suposição: talvez a reflexão sobre o jogo de xadrez e linguagem seja realizada por certos pensadores porque a *episteme* profunda do século XX comporte a inscrição do emprego metafórico do jogo (linguagem figurada para falar da linguagem), o que explicaria a presença dessa reflexão em Saussure, Husserl, Hjelmslev, Wittgenstein. Para Greimas, também, refletir sobre o jogo é refletir sobre a linguagem, sobre a nossa maneira de ser no mundo significante.

Vamos aqui resumir a reflexão greimasiana para dar condições de assinalarmos os aspectos da comunicação entendida como convencimento, ou seja, aspectos que se mostram na ordem da *eficácia na interlocução*, uma programação discursiva destinada à manipulação¹³, ao convencimento, enfim, na ordem da *eficácia simbólica*. Desde o nível do sistema formal que o jogo permite apreender até o reconhecimento de sujeitos cognitivos em enfrentamento no jogo discursivo, trata-se aqui de assinalar os *movimentos* figurativos pressupostos pela fundação do sistema e as ações discursivas reveladas, mais do que na descontinuidade de

¹³ O sentido da palavra, aqui, não pretende associar-se à “manipulação midiática”, freqüentemente usada por discursos críticos. Trata-se de localizar o sentido no âmbito do modelo teórico a ser exposto, embora tal perspectiva não esteja isenta de implicações críticas a respeito da mídia, em se tratando, neste caso, de desdobramentos possíveis a partir da perspectiva adotada.

estados e transformações, na *continuidade* discursiva como *dimensão passional* (tal dimensão será examinada mais adiante).

Se o jogo comporta, ao mesmo tempo, restrição e liberdade é porque aparece, simultaneamente, como sistema de restrições formuláveis em regras e como exercício de liberdade. Esta liberdade parece ser a aceitação voluntária das regras, de modo que a entrada no jogo é livre, mas não a saída: o ato liberatório, quer o da entrada ou o da saída, terá de se conformar à seriedade que o sistema lúdico impõe. O jogo, como modelo figurativo, permite pensar a natureza de um “sistema de signos”: cada figura se define não por si mesma, mas pelo comportamento distinto em relação às outras figuras. O signo, assim como a figura, torna-se pura posição, lugar de intersecção dos percursos. A “de-substancialização” signíca faz pensar o sistema como forma: o sistema formal, onde cada movimento da figura depende das demais e inaugura novo estado estrutural provisório, leva a pensar a história como uma descontinuidade feita de estados e transformações:

É então tentador identificar estas posições vazias – que são as figuras – com indivíduos que interagem no interior de sistemas que os ultrapassam e os manipulam: suas possibilidades de ação, compreendidas como percursos autorizados, encontram-se, a todo instante, limitadas ou contraditas pelos comportamentos de seus vizinhos, benevolentes ou malevolentes (GREIMAS, 1998, p. 120).

No jogo dos atores, reconhecidos então como sujeitos cognitivos, os gestos lúdicos são, na verdade, ações discursivas programadas por sujeitos conhecedores das regras, estas então exploradas para a elaboração, sob a forma de programas virtuais complexos, de estratégias que levem à vitória. Mais do que simplesmente em inteligência sintagmática, a *estratégia* implica primeiramente numa *competência interpretativa* da performance do interlocutor (seu saber, seu querer, seu poder fazer); também a estratégia consiste em fazer-agir em proveito próprio, em uma

competência manipuladora. Dá-se assim um jogo de falsidades e ludíbrios, atividade cognitiva de segundo grau com base no nível referencial do jogo. Essas competências não se explicam pela consideração dos atores como actantes abstratos no “aqui e agora” da partida. Elas têm uma historicidade porque os sujeitos são “históricos” em um duplo ponto de vista: as performances passadas são responsáveis, em larga medida, pela competência semântica; a competência modal mais geral dos atores, indiferente ao campo de exercício, é que determina o fazer programador, interpretativo e persuasivo.

Essas competências fornecem assim o quadro comunicacional para se entender o pensamento de Bettetini a respeito dos efeitos semânticos e perlocutivos do tempo no intercâmbio comunicativo. O uso de tais efeitos é, portanto, parte das competências interpretativa e manipuladora do sujeito enunciador na conversa audiovisual. Se postularmos, conforme Bettetini, a identificação enunciador-enunciatário cada vez mais presente na comunicação massiva; e ainda, que tal conversação audiovisual, além de se dar em cada ato de enunciação do texto (tempo do consumo), está envolvida num *processo diferido* no tempo e no espaço (onde a enunciação é parte de um complexo aparato sociocultural), concebe-se que a instância do destinatário empírico tenha também suas competências capturadas na produção dos textos, incluídas, então, como as competências exibidas nos simulacros textuais, em cada ato de enunciação em que se faz uma conversa audiovisual particular.

Admitindo-se o jogo como uma forma de comunicação, o diálogo intersubjetivo comporta uma finalidade veridictória, logo ultrapassada:

[D]izer qualquer coisa não é estatuir sobre o “estado das coisas”, é, isso sim, tentar convencer, de uma ou de outra maneira, seu interlocutor. Não acontece de outra forma, quando se trata do jogo. Todo jogo comporta uma

aposta: cada um dos jogadores se aplica em elaborar um programa discursivo global, visando à vitória final. Se o jogo contém, como nos afirmam os dicionários, uma parte de gozo, esta não provém unicamente da exaltação solitária de seu próprio poder-fazer; ela resulta, ao mesmo tempo e sobretudo, de um fazer-saber: a vitória só será completa se, oferecida a seu interlocutor, ela for sancionada pelo reconhecimento do outro. No jogo, não se trata simplesmente de vencer, mas de *convencer*, de obrigar a partilhar de seu triunfo (GREIMAS, 1998, p. 122).

A *comunicação*, mais do que como um “código comum” ou como a “generosidade” na intersubjetividade, revela-se como um *confronto de querer e poderes*; o *princípio da eficácia* se sobrepõe à enunciação de verdades e falsidades. Sendo o *convencer* a regra maior do jogo, é a zona agônica mais escondida que se pode reconhecer claramente nas palavras de Ramonet sobre publicidade, a “fabricadora de espíritos” cuja missão se dá via confronto de poderes e querer orientados pelo convencimento:

E esta missão é de uma importância capital. Para alguns é uma guerra. Aliás, os publicitários utilizam freqüentemente uma terminologia guerreira, tomada de empréstimo aos militares. Não falam eles de “estratégias”, de “campanhas”, de “ofensivas”, de “alvos”, de “resistências”, de “derrotas”? Por exemplo, Georges Chetochine, teórico do marketing, não hesita em afirmar: “O cliente é o inimigo! Para torná-lo fiel, é necessário: 1) desarmá-lo; 2) fazê-lo prisioneiro; 3) manter a iniciativa” (RAMONET, 2002, p. 46).

Neste sentido, a zona agônica acolhe o jogador que busca eficácia à medida que suas configurações manipulatórias, vistas pelo adversário, se tornam incompreensíveis, fazendo com que o jogo se “personalize” até atingir a incomunicabilidade. Essas seqüências de ilusões são o esboço de uma *linguagem figurativa segunda*, falam de coisas diferentes das previstas pela linguagem primeira. Do mesmo modo, a linguagem natural, ao falar de sons, deixa de ser “natural”, progredindo para uma linguagem segunda, figurativa. A linguagem poética e o jogo de xadrez, assim como outros jogos, têm em comum uma *eficácia* ligada à *incomunicabilidade* e à *figuratividade*.

Em boa parte dos atos comunicativos a intenção manipulatória nem sempre se dá claramente a ver (discurso científico, textos em livros, conversas cotidianas, etc.) como no TAT; forma-se nele, pelo querer convencer para a compra ou adesão a idéias, certo “estilo semiótico” afim com seus propósitos. Na expressão feliz de Fabbri, a respeito do modo de falar da publicidade, é como se o texto estivesse a nos dizer: “isso é uma ficção. Se você quiser aderir, venha” (FABBRI, 2001a), não importando se nesta proposta ficcional o anúncio “diz a verdade”. Há aí um jogo ficcional que está além da veracidade das mensagens, operando na dimensão passional do ser humano. De modo semelhante, a fala política no TAT não está isenta dos processos midiáticos onde ela opera, a tal ponto que hoje, para muitos, a democracia está ameaçada pela midiatização da política que se tornou então espetacular.

Dos sentidos figurativos da denominada “comunicação persuasiva”, o sentido de que a mensagem se destina a convencer está dado de antemão, está “denotado” no contrato enunciativo que o telespectador aceita. Ao assistir um TAT, o telespectador sabe do que se trata (de um anúncio de produto, de uma propaganda do governo, etc.), onde está implicitada a mensagem “compre ou acredite em x”. O que é mais difícil de identificar e de acompanhar nos textos – exigindo um olhar especial – é o lugar de sentido da incomunicabilidade/figuratividade do tempo, os processos temporais a serviço da manipulação no jogo ficcional/veridictório das mensagens.

3.5.2 A incomunicabilidade do tempo

Estudar a eficácia comunicacional do audiovisual significa também dar conta da sua complexidade textual, isto é, ver de que modo a manipulação se realiza com as imagens, música, fala, sons – com a unidade imagem-som que resulta num *sincretismo estésico*.

Pensar o tempo em comunicação implica ver a *de-substancialização* em que ele se encontra, isto é, percebemos um primeiro plano substancial (imagens, palavras, sons, ações, mensagens), mas não do mesmo modo o processo de construção de sentido onde se situa a temporalidade. Esse processo temporal se encontra necessariamente no plano da linguagem figurada segunda e da incomunicabilidade: perceber o tempo na construção do sentido é então perceber um dos lugares fundamentais da comunicação midiática, ou seja, a figuratividade e incomunicabilidade obtidas graças às operações tecnológicas que possibilitam a organização temporal dos textos audiovisuais. Na comunicabilidade audiovisual, em que se percebe um primeiro plano substancial do sincretismo estésico, vive a incomunicabilidade do tempo, entendida como dimensão estratégica do convencimento, da manipulação na audiovisualidade. Talvez nesse lugar estratégico esteja explicitado algo de fundamental no pensamento de Bettetini a respeito do tempo do intercâmbio comunicativo.

No exame da epistemologia das *paixões*, Greimas e Fontanille nos dizem que elas consistem num efeito de sentido que resulta da *disposição* do todo, as paixões são propriedades do *discurso inteiro* (GREIMAS; FONTANILLE, 1993, p. 21). Daí resulta que a sensibilização passional do discurso e sua modalização narrativa são *co-ocorrentes* (unidade ação-paixão). A temporalidade, envolvendo disposição e

seqüência, constitui-se então nessa propriedade discursiva, nessa continuidade do discurso, de modo que a *ação no tempo* se entende com a narratividade, pela modalização narrativa, com as ações dos atores; a *ação do tempo*, como sensibilização passional que faz o discurso, em ligação com a narrativa.

Sendo a comunicação presidida pelo princípio da eficácia, o convencimento depende de um *poder-fazer* do jogador mas, sobretudo, de um *fazer-saber* que dá o gozo pleno do reconhecimento, do convencimento. A ação discursiva, *potencializada por estados passionais* otimizadores da ação, alcança a vitória pelo jogo de ludíbrios e ilusões, o que já se mostra como linguagem figurada manipuladora que sobrepuja o nível referencial do jogo, fazendo crer e falando de coisas distintas das previstas neste nível.

Essa linguagem figurativa segunda, presente na ação discursiva que faz assim o “jogo” da estrutura, é necessária no âmbito de uma *estratégia* composta pela competência interpretativa (entender o interlocutor) e manipuladora (fazer-agir): se o sujeito do fazer leva seu interlocutor a agir em conformidade com sua programação, é porque a estratégia usada implica em recursos figurativos capazes de passionalizar e fazer-agir, na unidade dupla da ação-paixão. A organização passional na continuidade discursiva significa que, além daquela ação discursiva potencializada, há ações ordenadas e contínuas no discurso objetivando atingir o interlocutor no seu sentir e no seu fazer.

Quando Greimas trata dos traços comuns entre linguagem poética e jogo de xadrez (figuratividade, incomunicabilidade) permite-nos pensar que a *eficácia da comunicação*, ligada necessariamente à incomunicabilidade da estratégia por intermédio da figuratividade, não se realiza sem a passionalidade potencializadora da ação discursiva eficaz e sem a passionalidade atuante no interlocutor movido

pela estratégia. O tempo, sendo uma ação contínua do discurso, representando a passionalidade, é então um lugar estratégico de segundo grau; atua num nível da comunicação em que se constitui sua incomunicabilidade (modo de percepção diferente do plano substancial da linguagem primeira). A temporalidade eventual de Bettetini (eventos *no* tempo, eventos *do* tempo) implica considerar que o tempo age como forma passional nos diferentes momentos da narrativa, sendo também o eixo organizador (contínuo) das ações narrativas.

A manipulação que o tempo faz coloca em evidência a unidade ação-paixão. A paixão é o outro aspecto da ação, uma possessão passiva do ponto de vista de quem recebe a ação. A manipulação é um *fazer-fazer* no sentido de *manipulações modais e passionais*, “no sentido de ‘eu faço se, ao lhe dizer algo, você se enraivece e então faz’, ou ainda, ‘eu faço se você, por exemplo, reage racionalmente de certo modo que muda completamente a sua ação’ (FABBRI, 1990, p. 11). O estudo da ação está, portanto, implicado na manipulação e no entendimento da eficácia comunicacional do tempo. Há condições para se pensar um tempo agente que será discutido mais adiante.

Bem entendido este *fazer agir* difere do “*fazer a compra*” almejado pelos publicitários. Trata-se de uma eficácia simbólica que consiste em *criar* a disposição, expressar uma passionalidade esperando reproduzi-la, despertar uma crença no telespectador, em face de um *fazer agir* ocorrente no interior da narrativa e da temporalidade do TAT. É nessa eficácia simbólica do *fazer agir* que o tempo expressa algo que é próprio da passionalidade que interessa projetar-criar-motivar, quer ela seja entendida como sentimento, paixão, emoção ou desejo, elementos passionais capturados e devolvidos pelo TAT.

3.6 CATEGORIZAÇÕES DO TEMPO E DISCURSIVIDADE

3.6.1 Linearidade, extensão e junção

O lugar lingüístico e semiótico da noção de tempo encontra-se num dos trabalhos de Claude Zilberberg (ZILBERBERG, 1995), cujo título (*Em defesa do tempo*) já sugere a argumentação presente no texto de que o tempo sofreu desatenções, constituindo-se em lacuna nos estudos semióticos, daí nossa dificuldade e desatenção com o instante, com a duração. Tomando por base três conjuntos teóricos da obra de Saussure, Hjelmslev e Greimas, o autor percorre as noções estudadas, seguindo o fio condutor da linearidade saussuriana. Cabe observar, de início, uma diferenciação terminológica: a expressão *tempo* (em itálico) para diferenciar do francês “temps” (com tradição nos estudos semióticos), é o que se busca estabelecer com as noções de 1) eixo semântico, com os termos *celeridade* e *lentidão* (Greimas), 2) de contínuo analisável (Hjelmslev), e 3) do elemento diferenciável que se apresenta *in praesentia* particular (Saussure).

A linearidade, implicando a noção de direção (de ... para), ao invocar a transitividade e o seu *tempo* (que é como a “temperatura” do “temps”), faz perguntar por que a linha foi substituída pela noção de plano (especializante), na distinção dos planos da expressão e do conteúdo. A resposta de Zilberberg, além de apontar para a comodidade de se pensar as operações metodológicas do analista (segmentação e divisão), traz, sobretudo, a noção extensional de Hjelmslev. O pressuposto de assim se considerar a extensão é o de que o princípio que rege a estrutura do sistema é da ordem extensional, não é da ordem intensional. Os termos do sistema são ordenados segundo a extensão e não segundo o conteúdo dos seus conceitos. A extensão é, com as categorias do extenso e do intenso, uma noção primordial

para o tempo, o que permite conceber os contrastes rápido/lento, acentuado/não-acentuado, as propriedades do ritmo. Se a intimidade entre linearidade e temporalidade mostra-se na distinção conteúdo/expressão, a distinção forma/substância veio revelar a extensionalidade.

A distinção sistema/processo vem esclarecer uma outra manifestação do tempo: são os conteúdos juntivos que fundam a distinção, pois no processo, no texto, se encontra um “e ...e” (uma conjunção), ou uma coexistência entre os furtivos; no sistema, ao contrário, existe um “ou ...ou”, uma disjunção ou uma alternância entre os furtivos. Daí a constatação de que as variações de *tempo* (aceleração, desaceleração) regulam a própria alternância do *e* e do *ou*. Zilberberg chega assim a estabelecer que a junção, no sistema (*ou*), se dá pela aceleração do tempo, com as figuras do instante e do fechamento; no processo (*e*), tem-se o tempo da desaceleração e as figuras da duração e da abertura.

Sem examinar aqui todo o estudo de Zilberberg sobre os conjuntos teóricos por ele analisados, parece suficiente afirmar, finalmente, que a linearidade de Saussure, nesta perspectiva teórica, permite que se *estendam* as propriedades do significante ao significado, postulando-se assim que o tempo está inscrito na própria textura da forma de expressão assim como na forma do conteúdo, ou seja, *na discursividade*. Com o *tempo no discurso*, na linha do que se tratou antes sobre tempo e narrativa, tempo e paixão, surge uma abordagem “concreta”, substancial desse objeto – justificando a distinção entre “*temps*” e “*tempo*” – dadas suas características extensas. Diante disso, deve-se ter em conta, sobretudo, o plano da expressão que é valorizado em sua temporalidade, de modo que as *propriedades temporais* encontráveis na *expressão* de uma semiótica (audiovisual, neste caso) alcançam o estatuto do *plano de conteúdo*. Para uma explicitação maior

sobre o tempo, remetemos o leitor ao próximo capítulo onde se encontram quatro tempos categoriais: cronológico, rítmico, mnésico e cinemático.

O tempo *na* e *em* ação, sua capacidade de sensibilização passional no discurso, requer ainda um exame da sua presença nos componentes passionais.

3.6.2 Os componentes passionais

Fabbri (1999) descreve os quatro componentes da paixão (*estésico, temporal, aspectual, modal*); a seguir, não somente apresentamos esta descrição, mas damos, por nossa conta, destaque à temporalidade em cada um dos componentes; além de ser ela um componente específico, está em estreita relação com os demais.

No *componente temporal*, as paixões aparecem com uma *duração* própria – como diziam os estóicos, são organizações temporais da experiência humana, cada paixão tem o seu tempo, seu ritmo – e são configuradas, em nível do discurso, em termos de presente, passado e futuro em associação com o modal. De modo mais geral, pode-se dizer que a passionalidade do discurso tem uma estrutura temporal em que tomam forma figuras passionais (rítmicas) de diferentes ordens, entre as quais a ordem da referência sígnica, a das paixões humanas que se organizam no discurso.

No *componente modal*, o tempo também importa na descrição, na medida em que o processo da ação é demarcado por transformações de estados (inicial e final), mas a transformação em si mesma é contínua e se dá no tempo. Além das clássicas modalidades (*saber, dever, querer, poder*), outras (como *preciso/impreciso*) encontram no tempo os meios de descrição.

No *componente aspectual*, a observação do processo em que se desenvolve a paixão permite vê-la em sua dimensão temporal: são os elementos durativos, incoativos e terminativos que marcam o processo e permitem considerar o aspecto em termos temporais. Sendo a paixão um processo, a arte que a incorpora por excelência é a musical: o tempo aqui é como que a matéria e o processo a partir dos sons, o sistema rítmico da música é a forma de expressão cuja forma de conteúdo são as paixões. Isso permite pensar em sistemas rítmico-temporais, além do musical, pertencentes a textos diversos, na forma de conteúdo passional com diferentes substâncias de expressão.

O *componente estésico*, a base corpórea das paixões, permite ver determinadas configurações de organizações corporais em relação ao tempo: por exemplo, na fala, a entonação funciona como pontuação, demarcação da frase (relação entre elemento semântico e elementos musicais da fala: altura e ritmo). Esse comportamento corporal na expressão falada e cantada é passível de representação e descrição em termos de ritmos e alturas (durações, agudo/grave) organizados no discurso; isso aponta para a fala ou canto em termos de altura e ritmo como expressão passional associada às palavras ditas e/ou cantadas. Luiz Tatit (1997), em sua pesquisa sobre a Canção Popular Brasileira, elabora categorias de análise sobre alturas e ritmos com vistas a uma sintaxe entre palavra e melodia e a passionalidade, o que ilustra bem esse componente estésico na música e sugere caminhos para a análise do tempo na audiovisualidade.

Também as transformações sensoriais e motoras por efeitos passionais são passíveis de exame do ponto de vista do tempo, por exemplo, as transformações de um estado de “espera” em um estado de “aflição” se dão pela passagem de um ritmo corporal a outro; do mesmo modo, a “curiosidade”, manifestada pelo olhar, se

expressa por certo ritmo de movimentos que se distingue do olhar desinteressado. Neste último componente, especialmente, as relações estéticas, perceptivas do texto, se podem examinar quanto ao aspecto (no duplo sentido de aparência e processo) do dispositivo audiovisual em sua temporalidade.

3.6.3 Tempo e audiovisualidade: o objeto genérico e suas perspectivas

O percurso percorrido parece autorizar a tomada do objeto (tempo e audiovisualidade) em relação estreita e promissora com o estudo das diferentes formas do discurso audiovisual. Esse objeto recomenda novos desenvolvimentos teóricos e analíticos das possibilidades ainda inexploradas no sistema teórico-metodológico adotado, especialmente as possibilidades de análise audiovisual com as bandas sonoras e imagéticas, de modo a fazer a análise e a sua leitura no suporte digital, como no *adobe première*.

O *tempo discursivo*, ao possibilitar um quadro teórico que dê conta das dimensões sintáticas, semânticas e estratégicas, permite conceber, na conversação audiovisual, que o intercâmbio comunicativo se realiza com a narratividade (forma que assume a enunciação) *pari passu* às ações do tempo, como estratégia interpretativa e manipulatória, como um programa de contato empírico, construído pelo sujeito da enunciação com as operações tecnológicas mediadoras desse *tempo agente*.

O *tempo agente*, expressão concreta do *eu* rítmico da enunciação, é um conceito semiótico que ilumina esse contato programado na conversa audiovisual, apontando para a dimensão passional do discurso que pode responder pela sensibilização concreta do destinatário empírico. Para a objeção de que tal

sensibilização concreta seria assunto para um estudo empírico da recepção (nos moldes sociológicos ou etnográficos), invoca-se aqui, em contraponto, a falta de sentido de uma divisão absoluta entre semântica e pragmática, visto que a sensibilização passional concreta, naqueles moldes e em relação com a discursividade, não poderia ser estudada com tal divisão rígida.

A perspectiva do *tempo agente*, que pode ser referido como produtor de passionalidades na recepção, advoga, em última análise, que a dimensão passional do discurso permite admitir, em termos ontológicos, as relações com o sujeito psicológico, concreto, possuidor de ações e paixões. No entanto, isso em nada prejudica, em princípio, a objetividade do conhecimento da subjetividade no discurso, ilustrada pelo tempo na discursividade. Vislumbram-se, neste juízo, possibilidades de intersecção dos saberes, em que cada um deles deve dar sua contribuição, sem perder, contudo, sua própria identidade, os seus limites epistemológicos, teóricos e metodológicos. Para uma caminhada nessa direção, ou mais modestamente, para um enfoque teórico da audiovisualidade em comunicação, o objeto nuclear *tempo* oferece condições de pesquisa teórica e empírica.

4 METODOLOGIA

Considerando o problema de pesquisa, os objetivos e o objeto empírico de análise, procurou-se aqui desenvolver uma metodologia capaz de dar conta desses elementos constituintes da pesquisa, com ênfase na explicitação do caminho analítico a ser seguido com os TATs. Por outro lado, invocaram-se aqui também aspectos mais gerais da pesquisa em perspectiva de aplicação analítica, dentre os quais, os aspectos epistemológicos.

4.1 NÍVEIS METODOLÓGICOS

Pensamos aqui o metodológico conforme os seguintes níveis inter-relacionados: 1) há o nível em que, já se *sabendo* como faz, como se articula o problema de pesquisa com a análise do material, escrevemos/descrevemos, com certa “segurança orgulhosa”, como será feita a pesquisa – “orgulhosa” porque, se todos os passos são conhecidos, amadurecidos, a pesquisa seria apenas uma questão de executar o plano, ou uma “questão de tempo”. Mas pensando assim se pode esquecer que o movimento metodológico em direção ao material empírico, para “resolvê-lo”, *traz algo* que tem valor próprio, isto é, a possível contribuição metodológica da pesquisa como movimento que pensa a si mesmo, para além do movimento apenas resolutivo das coisas encerradas/delimitadas no problema de pesquisa; essa contribuição metodológica tem valor, então, para a problemática assim pensada; 2) o nível em que, *não se sabendo* ainda como faz (ou muito

pouco), busca-se nos exercícios de análise, tratados então como parte empírica da tese, a própria formação/configuração da metodologia e seu enfrentamento do material empírico. Assim se almeja exercitar e compartilhar com os leitores os movimentos metodológicos que estão sendo pensados/realizados e aqueles que escapam da nossa reflexão.

Para fazer jus à “segurança orgulhosa”, se faz necessária uma explicitação da *noção de texto* empregada, indicando alguns procedimentos metodológicos: (1) trata-se de um objeto material observável e analisável que se dá a apreender como conjunto de fatos e fenômenos que interessam ao analista; (2) o texto possui uma racionalidade (direção, ordem, forma intencional, estrutura) que se configura a partir do problema de pesquisa implicado e dos procedimentos de análise adotados; (3) permite a articulação dos planos de expressão (E) e conteúdo (C) cuja direção de análise (E ao C, C ao E) depende do caminho adotado: da análise das estruturas superficiais às estruturas profundas ou destas para aquelas, escolhas que se fazem a partir de um equilíbrio de perspectivas pertinentes fornecido pelo problema de pesquisa¹⁴ e dos desafios específicos de cada análise.

É pertinente observar, entretanto, a *incidência maior* da análise no nível discursivo, na superfície textual; as estruturas profundas, embora *por definição* tenham de incluir nelas a tensividade e o tempo, não parecem facilmente atingíveis a partir da observação do tempo na superfície discursiva (inversão deliberada), e demandam outra fase de desenvolvimento para dar conta da complexidade da manifestação temporal e de sua plena racionalidade em termos de estruturas

¹⁴ Esse parágrafo dedicado às perspectivas do problema de pesquisa foi construído em dívida com a diferenciação entre texto e discurso (diferença de perspectivas analíticas) segundo o livro de Jacques Fontanille (1998) intitulado *Sémiotique du Discours*. Quando, na estruturação das análises, as estruturas profundas em ligação com as categorias temporais não aparecem, ainda que de modo indicativo, é porque carecem de maior reflexão e estruturação, especialmente na direção deixada no final da obra de Fontanille e Zilberberg (2001), *Significação e Tensão*.

profundas dos TATs. Supõe-se aqui um nível de complexidade e de organicidade analítica muito superior àquele das análises realizadas, especialmente quanto às categorias temporais.

O sentido do texto, sendo acolhido/delimitado pela pesquisa (conforme os interesses da análise), emerge a partir de diferentes substâncias e formas de expressão *organizadas no tempo*. O caminho então é ver como a análise com as categorias temporais irá se comportar numa experiência de uso.

Para além desta fase da tese, é possível prever certos diálogos a serem realizados como continuidade da pesquisa. Eles se dariam entre teorias ou conceitos que poderão iluminar a análise e retomar teoricamente o problema. Um desses diálogos possíveis já foi indicado com as noções do cinema/audiovisual, a respeito das “tipologias passionais”, ou seja, certas caracterizações estabelecidas envolvendo o caráter das cenas, ritmos e paixões (Cf. Introdução). Outro diálogo se indica a seguir, de “teoria para teoria”, se é lícito assim dizer.

A instância produtora do TAT, estrategicamente, planeja falas, imagens, sons, suas interações no tempo querendo articular, como ensina Doc Comparato num reeditado manual sobre roteiro para TV e Cinema, os três aspectos fundamentais do roteiro: o *ethos*, diz respeito ao fato de que tudo é para produzir influência, é o que se quer dizer, a razão pela qual se escreve; o *logos*, é a palavra, o discurso escrito, falado; o *pathos*, o que afeta as pessoas, a vida, o dramático, a ação, o conflito (COMPARATO, 2000, p. 20-21).

Com a noção de *ethos* em Comparato (pensando também outras noções semelhantes trazidas com propósitos didáticos), se indica um marco teórico a ser relacionado com aquele outro, muito diferente em propósito e abrangência, estabelecido com o *ethos* midiático de Muniz Sodré. Nesse espaço entre os

diferentes marcos, dar-se-ia um diálogo entre teorias que se poderia pautar por uma pergunta norteadora: quais relações se encontram entre o *fazer* midiático (em sua dimensão profissional e estratégica, haurida desde o nível dos manuais até os produtos midiáticos) e o *ethos* socialmente construído (observado na realidade social), considerando nessas relações a passionalidade midiática como percepção e devir sociais?

Comparato sublinha a dificuldade de se entender a noção de “tempo dramático”, pois a ela pertence o problema de se saber “quanto deve durar cada cena”. É uma noção que o autor espera ser entendida no fim do seu livro (*ibidem*, p. 26). Ora, esses aspectos fundamentais se alinham com o quadro teórico-analítico proposto para o TAT, seja pela influência a produzir (a manipulação), seja pela construção narrativa que sabe interpretar o que sensibiliza o outro (competências manipuladora e interpretativa), seja pela noção complexa de tempo dramático – noção temporal em sentidos diferentes e complementares (duração da cena, intensidade da ação no tempo, estruturação-arranjo das durações da seqüência).

Aliás, vale observar a correspondência entre Comparato, homem da produção midiática, realizador de produtos em TV e Cinema, e o estudo desenvolvido por Fontanille (1989) a respeito do *observador* – lembrando a retórica como esteira de ambos, quanto à tríade de noções. Na obra de Fontanille, sobre o observador, são postas em relevo, *grosso modo*, as mesmas dimensões de Comparato, sendo que ao *phatos* corresponde a dimensão tímica (passional) – aos demais termos (*logos* e *ethos*) correspondem, respectivamente, as dimensões cognitiva e pragmática. Além deste estudo de Fontanille, outro trabalho do mesmo autor, *Sémiotique du Discours* (1998), abre caminho teórico para essas noções de Comparato, três dimensões do roteiro, à luz do conceito de *observador* e das três dimensões do discurso, *cognição*,

ação e paixão, conforme a terminologia de Fontanille. Com isso se exemplificam mais algumas possibilidades de diálogos “entre teorias” que poderão nutrir o estudo do tempo na audiovisualidade.

4.2 SENSO COMUM, HIPÓTESE E FRUIÇÃO

Sobre a colocação hipotética de que o tempo no TAT pode ser entendido e analisado como uma estratégia de passionalização discursiva, poder-se-ia fazer a contraposição de que já “saberíamos” de antemão a validade da hipótese. No fundo, tal contraposição quer subestimar a proposição de pesquisa (elaboração, dado, hipótese ou experimento) como “óbvia” ou, ainda, algo que dispensaria a atitude de pesquisa. Essa contraposição considera a proposição como sabida, sem que, de fato, o seja. As generalizações ou princípios que servem de base para uma pesquisa (como “o tempo é categoria geral onde todos os eventos possíveis se encontram enquadrados, ou “é possível dizer que todos os eventos estão no tempo”) são tomados como um “saber” que, sedimentado na cultura, dispensaria a atitude de pesquisa.

No caso do TAT, o erro seria pensar que a hipótese (“o tempo do texto é organizado para produzir passionalidade a serviço da publicidade/propaganda”) já tem validade sabida, que não precisaria de estudo ou demonstração. Pondera-se, enfim, que tal contraposição (1) é um erro de pensamento, pois devemos partir de algo conhecido para o desconhecido, o erro é tomar este por aquele; (2) se esquece de que as coisas, idéias, sentimentos e percepções do “mundo cotidiano” são de senso comum, são assim estabelecidos. Isso não dispensa que, em pesquisa, se possa (ou se deva) partir desses elementos do mundo da vida em nível dos dados

ou dos pressupostos da pesquisa; (3) não considera que o valor de um estudo, em determinadas bases “óbvias” para experimentar uma hipótese que compartilhe as mesmas percepções do mundo cotidiano, está em construir as condições para a validade futura da hipótese.

Neste sentido dado das coisas comuns, é justo dizer “é assim mesmo”, reconhecer que a pesquisa tenha um dado da realidade como ponto de partida, mas não é justo dizer que isso não precisa ser pesquisado, pois a questão não é apenas reconhecer os saberes do senso comum, mas é compreender, explicar ou descrever o que já *supostamente* sabemos pela prática comum. Precisamos descrever, explicar em outro nível para tomarmos as coisas como saber científico, de modo que, malgrado as aparências, o que pensamos saber no nível do senso comum requer outro nível de percepção em pesquisa. Talvez seja o caso de se pensar em um duplo nível de saber do pesquisador: o do homem comum que ele também é e o do homem de ciência que ele *deve* ser. Confundir esses dois níveis parece estar no erro de pensamento antes mencionado.

Com efeito, relacionando isso com o nosso objeto, sabemos que o tempo está em tudo, inclusive nos TATs, mas *o que* ele é, *como* se processa e com *quais significados*, como podemos *saber* disso, e muitas outras questões – para além da constatação de que “o tempo está na vida” –, são os problemas que se diferenciam do senso comum (sem o anular) e formam as questões a serem problematizadas como questões de pesquisa. Se a hipótese guarda um lugar-comum com o conhecimento prático do cotidiano, é preciso se perguntar se a fruição dos TATs, na condição do telespectador, participa do mesmo lugar, gerador (motivador) daquela percepção da hipótese, e sendo assim, como se daria a relação metodológica da pesquisa com a fruição.

Um primeiro aspecto a observar, nessa linha de raciocínio, é o da “fruição” do texto pelo pesquisador, em semelhança com o modo fruidor próprio do telespectador, momento qualitativo em que se dão as percepções iniciais, já então organizadas para os enquadramentos conceituais e a elaboração específica para a abordagem do texto singular.

A princípio, o analista (o sujeito pesquisador) deve ser percebido como um fruidor do texto, pouco diferenciado de um telespectador comum, isto é, embora seu olhar esteja *direcionado*, o texto a ser analisado *faz algo* através de sua integridade que em muito se parece com a fruição do telespectador comum, fazendo com que aquele direcionamento seja também arrastado pelo fluxo discursivo concreto, pelos mecanismos do texto que ordenam uma certa recepção – e neste sentido, a pesquisa que resulta também é uma *forma de recepção* que se oferece, em outro nível, ao pensamento crítico. Nisso, aliás, a postura do sujeito pesquisador não deve se distanciar daquilo que diz J. Courtés a respeito da semiótica, ou seja, esta deve dar conta dos fenômenos de sentido que se manifestam no cotidiano, realizando uma interpretação que, embora sofisticada muitas vezes, deve se dedicar à compreensão dos sentidos produzidos e entendidos no nível comum da experiência, embora o faça com certo *estranhamento*.

Certa vez, um arguidor de tese perguntou ao candidato a doutor se a semiótica servia para tornar os textos incompreensíveis – note-se aqui que tal compreensão apela para um sentido não-acadêmico do termo. Havia nisso clara proposição pejorativa que podemos interpretar como sendo o sentimento irônico de quem vê a semiótica como complicador desnecessário, que serve à incompreensão dos textos, em malefício destes, retirando ou subvertendo o sentido dado num espaço de compreensão que viveria muito bem sem as construções semióticas.

Ora, no fundo desse juízo que se tornou pejorativo, há que se notar a frustração implícita decorrente de uma certa visão instrumental (hermenêutica) da semiótica, como se a ela coubesse estudar o sentido como uma espécie de revelação aos não-iniciados nos segredos oraculares, revelar algo caro (quase divino) aos sujeitos comuns em suas experiências que assim seriam enriquecidas. Pode-se argumentar que a semiótica não serve para tornar os textos incompreensíveis, que os textos são *por si mesmos* compreensíveis ou não, naquela acepção do argüidor, conforme *determinadas condições sociais e comunicativas*.

Portanto, não precisamos de semiótica para entender instrumentalmente os textos, *tal como* eles se colocam nas condições sociais e comunicativas de uso. Aquela pergunta pejorativa (a semiótica serve para tornar os textos incompreensíveis?) traz esse pressuposto equivocado e pretende, ironicamente, interpelar o argumento supostamente contrário (“a semiótica torna os textos compreensíveis”); ambos argumentos pecam pela visão instrumental-hermenêutica acerca do fazer semiótico e se esquecem das sedimentações socioculturais dos fenômenos de sentido.

Assim, os fenômenos temporais encontráveis no TAT são todos, de uma maneira ou outra, *sedimentados culturalmente*, quer pela temporalidade das formas e comportamentos do mundo cotidiano representados (com maior ou menor grau de imitação ou ficção), quer especificamente pela cultura midiática (gêneros, meios, hibridismos, técnicas e modos de fazer profissionais, etc.) que serve de base aos TATs e demais produtos audiovisuais.

Nesse nível de observação em que a sedimentação cultural é reconhecida, cabe refletir sobre uma pesquisa como esta, seus modos de operar, de fruição do texto, de categorização com o tempo – este “esquecido”, como aponta Zilberberg –

e, mais especificamente, sobre a generalidade que talvez se possa obter com a hipótese e metodologia desenvolvidas com o objeto de estudo, para daí se ampliar com as implicações para os estudos midiáticos. A “incomunicabilidade” do tempo deve ser refletida sob esta perspectiva do fazer semiótico, mormente quando ela se mostra como “estratégia subjacente aos signos” (FLOCH, 1993). É justamente abordando essa generalidade em sua relação com os TATs que iniciamos a discussão do *corpus*.

4.3 CORPUS OU EXEMPLOS ANALÍTICOS

A sintaxe temporal, como uma *organização genérica* ou generalizável entre tempo e narrativa num texto audiovisual, poderia ser estudada em diferentes tipos de texto (filmes, entrevistas, novelas, telejornais, etc.). Por conta dessa *generalidade* da hipótese, o *corpus* a ser escolhido, sem pretensão de ser representativo dos TATs, funciona sobretudo como delimitação do trabalho da tese, como delimitação do material empírico da análise; nesse sentido, o critério de escolha desse material poderia ser aleatório, por horários, temas, etc.

Importa menos a representatividade dos TATs para a tese do que *o objeto temporal através do material*, ou seja, o estudo da sintaxe com o conceito central de temporalidade. Cremos que o mais importante está naquilo que o objeto temporal escolhido (que não se confunde com o TAT) permite pensar como *potencialidade generalizadora* da hipótese e dos *procedimentos metodológicos* para variados tipos de textos midiáticos, mais do que nos resultados circunscritos a algo representativo do *corpus* de TATs. A análise de TATs diversificados entre si, reconhecidos apenas pelo lugar intervalar e duração, já estabelece e chama atenção para essa generalidade, para além daquilo que seria uma amostra.

A questão também passa pela noção de amostragem e o problema de gênero: tratar de amostra requer a delimitação do universo discursivo representado; se a teoria de gêneros discursivos não nos permite ainda distinguir teoricamente a propaganda da publicidade (o que nos levou à denominação *TAT*), a noção de amostra tornar-se-ia devedora dos universos de gêneros que não são, por sua vez, delimitados; portanto, não se pode chamar, neste caso - e a rigor -, de “amostra” um *corpus* de *TATs*. Ademais, para além do que está circunscrito no intervalo, comparece o problema do *lugar* da publicidade e propaganda: observa-se que o fazer publicitário, para falar apenas dele, se expande do intervalo para marcar presença nos filmes, novelas, *shows*, etc., diversificando a simples divisão da programação televisiva em blocos estanques (programas principais/intervalos para publicidade e propaganda). A própria noção de *TAT*, caracterizada pela presença do texto *no intervalo*, já cuida das problemáticas do lugar e dos termos *publicidade/propaganda*. Enfim, faz-se a composição do *corpus* sem o compromisso da *representatividade* – compromisso impossível de cumprir porque uma amostra de *TATs* pressupõe uma definição destes em nível de gênero, e o problema assim se rerepresentaria, apenas com a diferença de nome.

A generalidade potencial parece se justificar também porque há certas ocorrências gerais e semelhantes nas sintaxes audiovisuais. Não admira que seja assim, visto que há interferências entre diferentes produtos em nível dos diferentes sistemas semióticos e das hibridações entre os meios de comunicação, num processo de constante criação e interação no universo dos textos midiáticos. Daí a perspectiva de que o objeto temporal poderia ser pesquisado em diferentes produtos audiovisuais, cinematográficos, televisivos e videográficos. Nossa escolha pelos *TATs*, vale reiterar, deu-se pelas razões já expostas, quais sejam, a restrição

temporal, a diversidade de situações sociais representadas e a flexibilidade na composição do *corpus*.

No entanto, em se tratando da escolha de textos, a situação muda quando se pensa num critério que viria da própria construção teórica e hipotética da tese, isto é, como aconteceria no caso de se escolher um primeiro TAT aleatório e, a partir deste, os demais. O conceito de *lugar de fala* (Braga, 2000) nos fornece a perspectiva da *relação* do texto com outros textos e da situação que o envolve e que ele ajuda a construir. Aí sim, o critério seria importante e daria mais trabalho para elaborar, visto que surgiria a partir do interior das análises realizadas nos diferentes textos formando uma concatenação destes como intertextualidade.

O TAT da Renner (cf. tópico das análises), entretanto, ao propor intertextualidade com a novela *Esperança*, não define um outro TAT, mas se refere a certa *continuidade* do fluxo televisivo que poderia ser, em outro caso de análise, orientador para a escolha de outro TAT. No caso do TAT Serra e da cena final do programa político do PT (campanha presidencial 2002)¹⁵, há uma intertextualidade que pode direcionar uma escolha para o *corpus*, pois os elementos do primeiro estão potencializados na construção do segundo, justificando assim uma leitura convergente dos dois. Cremos que por essa linha de raciocínio é possível abandonar a possibilidade aleatória para escolha dos TATs (ou eleição de horários, etc.) em prol de um critério mais internalizado à lógica do problema de pesquisa, isto

¹⁵ Os TATs político-eleitorais, em certo momento, foram cogitados para o *corpus*. Posteriormente, decidimos, em razão de maior simplicidade na composição analítica da tese, não incluí-los, com exceção de uma análise individualizada nos TATs do PT. A comparação de TATs dos candidatos José Serra e Lula da Silva toma as campanhas concorrentes (PSDB/PT) para a eleição presidencial de 2002. Observou-se, na campanha final do PT, uma *repotencialização/transformação* de elementos presentes no TAT de Serra: o que era, neste TAT de Serra, uma música de fundo comum e desconhecida durante a locução, torna-se, na campanha do PT, o *Bolero* de Ravel (apenas música e imagem); o que era *um* bebê, torna-se uma multidão de mulheres grávidas caminhando numa colina; o que era uma voz *in off* anônima de “locutor”, torna-se uma voz histórica que se desvela ao final da cena: Chico Buarque aparece ao final olhando para o telespectador, conferindo personalidade à fala que se ouvia antes (cena final).

é, em vez de uma lógica de amostragem (que padece dos problemas de gênero e do confinamento desnecessário do objeto na amostra), uma escolha afinada com a própria natureza da análise.

Por exemplo, se tivéssemos um *corpus* escolhido aleatoriamente, o que faríamos na pesquisa diante da exigência da relação do TAT Serra e campanha do PT e da relação entre a novela *Esperança* (que, em outro caso possível, poderia ser outro TAT) e TAT da Renner, já que os textos aí envolvidos são transmitidos em dias e horários diferentes? O critério de escolha aleatório, por horários ou outro, iria então, neste raciocínio, se demonstrar um limitador da pesquisa, pois outros textos pertinentes não seriam observados, por conta de uma camisa-de-força desnecessária. A rede de relações textuais ficaria assim prejudicada.

Em suma, em vez de escolher para analisar, o caminho mais apropriado aqui é analisar para escolher a rede textual pertinente – embora sejam dois caminhos não excludentes. Sobretudo, para além dessas considerações, cabe dizer que o objeto temporal (o tempo *no* discurso) pode ser encontrado em qualquer TAT, seja qual for o conjunto em que ele esteja e seja qual for o critério de escolha. Então, se não é a representatividade que interessa, é apropriado então obter uma *boa diversidade* de TATs, contrastantes entre si, seja a diversidade globalmente percebida (formato, estilo, etc.), seja, sobretudo e essencialmente, no que se refere aos “esquemas e traços temporais” diferenciados, àquilo que parece ter um “estilo temporal” diferente.

Com isso, finalmente, colocamos em questão a pertinência de usarmos o conceito de *corpus*, na medida em que implica desenvolvimento de lógica própria funcionando no tratamento de peças analisadas numericamente. Talvez seja mais justo falarmos de *exemplos analíticos* da tese, apresentando alguma discussão desenvolvida e pertinente para futura formação de *corpus* rigorosamente tratado.

Escolhemos a Globo como o canal fornecedor de TATs exibidos em TV aberta. A escolha se justifica pela posição de destaque desta emissora na televisão brasileira, paradigmática em vários aspectos, desde o *fazer televisão* no Brasil com sua centralidade mercadológico-publicitária, aos aspectos discursivo-estruturais (formatos, gêneros, etc.), socioculturais, identitários, etc., conforme salientam muitos autores (BUCCI, 2000) (BORELLI; PRIOLLI, 2000) (Balogh, 2000).

Dispomos de gravações, em fita VHS, dos últimos três anos, com TATs em geral, inclusive a campanha presidencial (TATs e propaganda política obrigatória) e a transmissão ininterrupta nos horários noturnos, com durações entre 1 e 4 horas de programação. Essas gravações começam ou pela novela das sete horas ou pelo “Jornal Nacional”, incluem a novela das oito e avançam até os programas sucessivos, com todos os intervalos e seus numerosos TATs. Teve-se aqui o cuidado de gravar o fluxo televisivo (pelo período de 1 a 4 horas) tal qual se apresenta na transmissão, evitando que o fluxo sofresse quaisquer seleções ou outros procedimentos – embora as análises tenham se concentrado na investigação das estruturas em cada texto. As gravações ocorreram em vários meses, dias e horários noturnos (escolhidos pela ampla audiência), somando em torno de 30 horas de duração.

Além desse material, dispomos da coleção *Memória da Propaganda: 50 anos de propaganda na televisão* – produção do Museu da Propaganda –, um conjunto de 10 fitas de vídeo reunindo anúncios brasileiros premiados no Brasil e no exterior. Tal coleção permite, juntamente com os anúncios gravados da Globo, uma ampla perspectiva para a seleção de anúncios, seguindo o critério de variabilidade de problemas temporais, formatos, etc. O corpus, enfim, deverá apresentar certa

diversidade de sintaxes temporais para a análise do objeto, embora pouco numeroso e sem pretensões de representatividade, nos termos já discutidos.

Trabalhou-se na análise de TATs políticos (cf. nota anterior), como já foi indicado na relação Serra-Lula. A propaganda política do PT, em setembro-outubro de 2003, apresenta um TAT que denominamos “Ordem e Progresso”, pelo uso da Bandeira Nacional e o destaque ao lema. Este TAT correlaciona-se na análise com os TATs da campanha presidencial 2002, na verdade, uma série com o *slogan* “Agora é 13. Agora é Lula”. Salienta-se aqui a perspectiva das “temporalidades sociais” representadas nos TATs, tendo como pano de fundo determinados aspectos da teoria de campos sociais de Adriano Rodrigues¹⁶.

Nossa reflexão no âmbito do trabalho analítico ficou reforçada quando, após alguns ensaios de análise, constatamos em *Tensão e Significação* (FONTANILLE; ZILBERBERG, 2001), que os sistemas não-verbais, metodologicamente tratados no fim da obra (contendo uma lista conclusiva indicando passos analíticos futuros), demandam alguns passos que, felizmente, estão presentes no trabalho de análise realizado, quais sejam, no conjunto, aqueles que se direcionam à tomada da passionalidade discursiva globalmente, segundo a idéia de sintaxe temporal.

A constatação de que a tomada de análise global, para o estudo da passionalidade, representa um esforço de ponta da semiótica atual justifica alguns procedimentos de trabalho adotados: a) esforço concentrado no estudo do texto individual, para vencer barreiras operacionais da análise; b) busca de explicitação

¹⁶ Faz-se alusão aqui, em se tratando de dinâmicas sociais de natureza temporal, a certos aspectos de fundo presentes na teoria dos campos sociais de Adriano Rodrigues (abordados em conversa com o autor, em 2003), são aspectos fundamentais, epistemológicos, mas não explicitados na teoria: eles dizem respeito à noção de “fluxo corrente”, nas sociedades tradicionais, e ao “fluxo interrompido” que iria caracterizar a racionalidade da modernidade. Advém daí uma noção de fluxo temporal (corrente e interrompido) que marca a passagem do pré-moderno ao moderno. Trata-se de uma “metáfora da física” – expressão que usamos com aprovação do autor – deixando margem para novas explorações e explicitações da teoria. Essa perspectiva temporalizante é o que permite que aqui se fale, em relação aos partidos políticos, de “fluxos” ou “ritmos” de mudança, ora mais, ora menos adequados ao que a situação eleitoral requer.

metodológica, o que traz conseqüências não somente para a visibilidade do objeto tratado localmente, mas para a generalização da hipótese e da metodologia; c) os esforços anteriores, somados à busca de melhor desenvolvimento do problema de pesquisa, sempre atuante até o final do trabalho, implicaram no pequeno número de textos analisados, a título de *corpus*.

A rigor, assim como a representatividade, a questão numérica não resultou importante como os procedimentos já comentados; também ela foi menos importante do que a questão de solucionar o trabalho de observação transversal das análises, observação mais pertinente do que a mera extensão numérica, cuja possível pertinência seria apenas justificadora da palavra *corpus*, em vez de *exemplos analíticos*.

4.4 PERSPECTIVA DE UM MODELO COMUNICACIONAL

Afirmamos que a enunciação do TAT deveria ser estudada então no *modelo comunicacional (eu-tu) da paixão*: na manipulação modal e passional da narratividade, assim como pelas manobras temporais do *eu* rítmico enunciador, *eu* que vive na tensividade, no jogo de tensões e distensões, intensidades e extensões e, sobretudo, no tempo (FONTANILLE; ZILBERBERG, 2001). Aponta-se, a seguir, para um esboço de modelo comunicacional dos TATs a ser desenvolvido na direção do modelo comunicacional da paixão já indicado.

Uma possibilidade de desenvolvimento está numa concepção geral para os TATs: parte-se da noção de *situação comunicacional* em que se concebe um sujeito enunciador dos TATs (dito S_1), considerado multifacetado no seu conjunto, seja o anunciante empresarial, seja o sujeito social que faz publicidade/propaganda (empresa, partido, ONG, governo), ou outros; o sujeito enunciatário, dito S_2 , que

compõe a situação comunicacional, corresponde ao telespectador em geral; trata-se de sublinhar aí uma *macro-situação* onde temos *macro-sujeitos*, multifacetados nos seus conjuntos, mediados pela TV na complexidade do processo midiático.

Esta concepção genérica poderá significar talvez que, para o problema de pesquisa que nos ocupa, não interessa ver além ou aquém dessa dimensão multiforme em que se representam os atores sociais, em “carne e osso”, os sujeitos S_1 e S_2 ; interessa investigar, no problema, como essa macro-situação faz relações discursivas de interação, de comunicação, onde as projeções destes macro-sujeitos vivem *discursivamente*, examinar o jogo no qual S_1 projeta-se para *incluir* neste jogo o telespectador, S_2 .

Algumas possibilidades orientadoras: (1) o *sujeito* S_1 , ao propor valores, idéias, ao buscar convencer, *projeta-se* no discurso, cria a situação comunicativa com S_2 através de sujeitos narrativos e discursivos; (2) estes *sujeitos de significação e de comunicação* estão postos na estrutura narrativa e com repercussões no discurso: estão assim os sujeitos do fazer que produzem transformações e os sujeitos de estado que as sofrem, assim como toda a estrutura actancial; (3) *a relação de projeção* entre macro-sujeitos e os sujeitos de fazer e de estado, como, de resto, em toda sintaxe dos actantes, já incide no modelo passional/comunicacional da pesquisa, visto que a cada ação corresponde uma paixão, a cada ação-paixão dos sujeitos, vislumbra-se *a passionalidade estratégica* que o eu enunciador S_1 quer *projetar* discursivamente para convencer; (4) quer-se, então, saber *como* o tempo, já então manifestando o eu rítmico S_1 , *faz a passionalidade estratégica*, a dimensão passional dos TATs, aquela que, na crença e expectativa do mundo publicitário, de alguma maneira *se vincula ao ato* de compra ou adesão a idéias.

Esse convencimento se entende como um *jogo discursivo* em que atuam as competências interpretativas e manipuladora do enunciador. Isso *difere* da mera crença de que a propaganda/publicidade é eficaz, faz as vendas aumentarem, etc.. O convencimento de que tratamos aqui não deve ser entendido com excessiva aderência aos atores sociais tomados em “carne e osso”, na medida em que esta aderência envolveria tratar da “validade efetiva” de um texto para convencer (*fazer fazer*).

Quando se propõe, no mundo empresarial-publicitário, que é melhor investir em publicidade para se obter resultados empresariais, trata-se de uma eficácia ou convencimento de natureza diferente daquela que se concebe na pesquisa do TAT: *não se defende* aqui o pressuposto de que o TAT agirá nas tomadas de decisão do telespectador, ou seja, um determinismo de efeitos discursivos pelos quais o indivíduo fará a compra, ou a adesão a valores ou idéias – pelo menos, esta prudência é recomendável, já que é muito difícil conceber e sustentar um “cálculo” dos efeitos da publicidade. O que se deve observar é a *existência da crença* nestes efeitos, por assim dizer, quase como se fosse um processo racionalizável e determinado, onde se pode prever comportamentos gerados pela chamada “comunicação persuasiva”.

No entanto, malgrado a possibilidade de criticar a crença nos efeitos, não se pode negar – justamente pela existência de um sistema composto pelo universo estratégico (empresarial, midiático), pelas técnicas de produção que almejam o convencimento do telespectador, pela crença nos efeitos da publicidade/propaganda – que o TAT possua as *marcas* deste convencimento *almejado*, dentre elas, o tempo (sensibilizador passional) no discurso, enquanto saber cultural sedimentado e percebido como um elemento estratégico dos TATs.

Pela sedimentação cultural, sabe-se da relação existente entre o tempo e a dimensão passional do ser humano, zona intermediária entre o pensamento e a ação; crê-se que atuando na zona intermediária chega-se mais facilmente a influir no pensamento e nas ações humanas. Mas esses pressupostos (não expressos) do convencimento publicitário-propagandístico são registrados pela pesquisa como sendo *da origem* dos TATs, advogados e praticados *nesse* sistema produtivo que os origina, o que nos exige de responder por eles, de colocar nossa hipótese nesses termos. Reconhece-se apenas, em outros termos, que *há* esta concepção do sistema no objeto. O problema que nos ocupa consiste então, pela análise do objeto discursivo, em *trazer à luz* alguma coisa da sintaxe temporal correspondente aos procedimentos discursivos relativos ao convencimento concebido na produção do TAT. É nesses *limites* conceituais que invocamos, anteriormente, a *eficácia simbólica* das paixões via tempo.

O planejamento estratégico, embora revestido de todo o aparato profissional, razão pela qual se poderia atribuir pleno domínio da expressividade posta em ação e de seus efeitos no telespectador, não deve fazer esquecer o aspecto complexo da instância enunciativa; como Bourdieu (1996) explicita, reconhece-se então que nada é mais *livre* e mais *coagido* do que um bom estrategista. A coação, para separar as coisas a *grosso modo*, está nos limites do dizer, na complexidade da linguagem, no “turbilhão da vida”, na expressão do sociólogo, coação presente em cada ato estratégico que tende a se dissolver em suas operatividades; a liberdade está, como quer testemunhar a literatura sobre o fazer publicitário/propagandístico, nas ações e crenças racionalizadas traduzidas em técnicas que o agente acredita eficazes para os seus fins.

Isso significa então que, na ação estratégica que está posta no TAT, convivem elementos *conscientes e inconscientes* que a estratégia revela ao se concretizar num texto; um dos elementos que prometem uma abertura para perceber esses amalgamentos de consciente e inconsciente na ação estratégica é, justamente, o tempo: quais relações, por exemplo, se encontram no tratamento rítmico (expressão do estratégico) de um texto? Por que determinado jogo de cortes e planos, e não outro? Por que a presença de determinada música (que é concentração do tempo, arte passional) com suas relações com a temporalidade geral de um TAT? São perguntas desse tipo que fazem entrar na reflexão do tempo como estratégia, como lugar privilegiado, talvez, para a observação das coações e liberdades do bom estrategista. A pesquisa, também, ao lidar com isso que está posto, traz seus próprios elementos conscientes e inconscientes; ambos aspectos estratégicos do objeto e do sujeito pesquisador estão em relação, e deste composto objetual-subjetal se extrai a possibilidade de conhecer.

O elemento estratégico audiovisual permite ver sua relação com a *escala ascendente de liberdade* na linguagem, isto é, a liberdade do sujeito na linguagem aumenta na medida em que se vai das menores às maiores unidades do discurso; se compararmos o nível da sílaba e dos fonemas (pelo lingüístico), ao nível cronológico do tempo (pelo audiovisual), veremos que a liberdade de expressão da estratégia temporal cresce em direção ao enunciado integral (audiovisual), do cronológico ao ritmo-mnésico-cinemático discursivos (categorias ascendentes conforme o item), o que corresponde justamente à totalidade discursiva que responde pela configuração passional.

A restrição de 6 a 30s do TAT, característica deste tipo textual, está então no *lugar coercitivo da estratégia*, o que deverá ser investigado em correlação com os

microníveis da coerção encontrável nas categorias individuais do tempo. É útil apreciar a noção de discurso estratégico numa concepção agonística, que seriam aqui os limites de coerção e liberdade encontráveis na montagem do tempo. Se a escala de liberdade é ascendente, o *agonístico* se encontra nos níveis inferiores da discursividade do TAT e na sua restrição intervalar dos 30 segundos.

Interessante aí é comparar ainda a anunciabilidade negativa dos intervalos (que traduzida em sentido explícito, seria: “a TV é feita somente de programas, não de intervalos” – os intervalos são como intrusos na programação), a concentração no TAT do *tempo da ação* e da *ação do tempo*. Se a estratégia se faz no jogo da “incomunicabilidade”, os *intervalos* (ao serem peças fundamentais da empresa de comunicação, da produção estratégico-empresarial) se fazem também nessa “incomunicabilidade” da anunciabilidade negativa, que se esconde e que se mostra. Curiosamente, é na figuratividade do tempo, lugar do incomunicável, que reside o objeto da sintaxe temporal; os intervalos da TV, em sua anunciabilidade negativa, têm lugar na figuratividade do fluxo temporal televisivo.

O sistema de valores postos em ação pelo discurso, os programas e contra-programas dos actantes, a ação do tempo limitada pela restrição do TAT, vistos numa concepção coercitiva e agônica da estratégia, teriam possivelmente um espaço de reflexão numa *semântica do tempo* construída a partir dos pares natureza/cultura, vida/morte; tal estudo semântico apenas teve início e se encerrou na medida em que nos pareceu mais promissora outra perspectiva. Ela consistiria, para além de uma categorização geral com aqueles pares, em fazer funcionar, numa outra empreitada desta tese, o quadrado semiótico com o tempo, com as categorias, continuidade/descontinuidade ou a de parada/parada da parada, e ainda outras apropriadas à tensividade; mas tal funcionamento se daria a partir das análises

concretas dos TATs, fazendo emergir de cada caso uma análise que poderá contribuir para uma visão geral do tempo no plano do conteúdo.

Parece verdadeira a asserção de que o metodológico flui naturalmente da construção teórica do objeto; de que não há quadros estanques entre teoria e metodologia: a primeira, uma vez realizada, já é, de certa forma, a segunda. Em boa parte desta pesquisa, cremos que o que fizemos teoricamente já traz os passos metodológicos, analíticos. Como já foi indicado em outro lugar, falamos do objeto deixando-se entrever a análise decorrente. Assim, mais algumas indicações dos rumos a seguir serão dadas. Cremos que a análise seria amplamente beneficiada pelo trabalho com o programa *Adobe Première*, seja pela análise audiovisual que ele permite, pelos exemplos no papel que poderão ser dados, seja pela análise acompanhada pelo leitor em CD – o que permite ver e ouvir o texto audiovisual analisado. Tal recurso digital depende, entretanto, de um trabalho futuro, após este momento da tese aqui presente.

Alguns itens enumerados a seguir, dentre outros, atuam complexamente e podem ser atualizados nas análises, a depender das condições concretas de cada exercício analítico. São eles: a análise lexical, quer a dos nomes proferidos das paixões (caso raro, nos TATs observados; quase sempre, trata-se de passionalidade implicitada, não dita verbalmente; o léxico viria então da análise), quer de outras expressões verbais; os níveis de análise da fala (prosodicamente), da música, como expressão passional autônoma e sincrética; as formas visuais e sua arquitetura no tempo; as identidades visuais, sua narratividade intrínseca, os seres e estados passionais encenados nos TATs; a segmentação do texto, segundo estruturas narrativas e discursivas e perfis da sintaxe temporal; sobretudo, estes itens deverão ser cruzados e centralizados numa *zona de funcionamento* que é a *intersecção* entre

o *sujeito-tempo* que responde pela ação que faz o tempo e *ação* dos actantes narrativos e sua colocação em discurso.

As indicações metodológicas respondem também pela questão lançada no início sobre a identidade passional. Se a passionalidade pela sintaxe é posta a serviço do convencer, e refere-se à situação comunicativa dos macro-sujeitos, é razoável supor que o jogo passional, associado às ofertas objetais, subjetais, ideais e valorativas, lança uma identidade para o Sujeito S2 (com a qual o telespectador possa se identificar), aquele que supostamente irá viver, segundo a crença do sistema produtivo do TAT, a mesma *passionalidade ofertada*, quando a *projeção entrar em conjunção* com objetos de valor (valores, produtos/serviços, grupos e papéis sociais, etc.) ofertados pelo TAT.

4.5 OS TEMPOS CRONOLÓGICO, RÍTMICO, MNÉSICO, CINEMÁTICO

As categorias temporais aqui apresentadas foram hauridas, em grande parte, na leitura da obra de Luiz Tatit (1997) *Musicando a semiótica*, a que nos introduziu nas inovações teóricas de Claude Zilberberg¹⁷, das quais se procurou saber diretamente em alguns trabalhos originais deste autor; por outro lado, elas resultam também, um tanto quanto independentes de maior teorização, de uma leitura da temporalidade musical, com base em nossa própria experiência em música, obtendo-se a formulação em *diagramas* das categorias.

Como o título do livro de Tatit sugere, a música representa um processo semiótico desafiador: são os fenômenos contínuos da foria e da tensividade que se

¹⁷ Este autor, pertencente à Escola de Paris, tem se notabilizado pela pesquisa da temporalidade no quadro da Semiótica Tensiva, como se pode apreciar pelo estudo antes comentado sobre o estatuto teórico do tempo. A pesquisa de Tatit, por seu turno, traz avanços na aplicação de conceitos tensivos em música, especialmente no eixo de funcionamento da verbalidade e da melodia no gênero *canção*.

colocam em relevo. Igualmente, a nosso ver, a temporalidade que se mostra nos diagramas é desafiadora do ponto de vista teórico, embora não se queira aqui dar conta de todas as implicações do uso das categorias temporais no texto audiovisual. Para o que se pretendia e se podia estudar nesta empreitada, a elaboração teórica pareceu suficiente e, ao mesmo tempo, indicadora de novos desenvolvimentos.

É importante assinalar uma distinção fundamental que se dá em relação às categorias lógicas greimasianas e, também, indicarmos uma perspectiva específica para a *enunciação*. Esta surge rompendo um *continuum*, produzindo-se em termos da oscilação tensiva que, ritmicamente, ora fornece limites e as contrações, ora as progressões e expansões do fluxo fórico. Há um *eu em posição de sujeito enunciador* que regula a alternância rítmica, as escolhas e manobras rítmicas realizadas. Tatit assim descreve algumas das inovações fundamentais de Zilberberg que permitem pensar o nível tensivo:

Em vez de operar com os termos asserção/negação, indicativos da inspiração lógica de Greimas, Zilberberg adota as noções de *parada* e *parada da parada*, cujo teor temporal confere maior rendimento à descrição da foria. Se a semiótica já concebia a primeira apreensão do sentido positivo como uma operação de dupla negação (negação dos termos diferenciais que se negam mutuamente), Zilberberg compreende que o sentido fórico só se estabelece a partir da intervenção rítmica do sujeito que, rejeitando um tempo fora de controle, um fluxo indeterminável e imprevisível, propõe, por meio da enunciação, uma redistribuição das discontinuidades e continuidades em forma de *paradas* e *paradas das paradas*. Nesses termos, a própria enunciação constitui, em última instância, a *parada da parada* de um fluxo interrompido, ou, se preferirmos, o restabelecimento de uma continuidade que ela mesma estancou (TATIT, 1997, p.15).

Os *tempos cronológico, rítmico, mnésico* e *cinemático* podem operar em simultaneidade; assim resultam no fenômeno (complexo e uno) que compreendemos como *tempo*. Em direção a essa construção, a seguir apresentada, a reflexão própria que fazíamos sobre tempo e música andava a caminho. Após o conhecimento da obra de Tatit e das categorias, além da luz lançada sobre a reflexão, observamos

ainda que era possível desenvolver um modo para explicitar/representar, oportunidade em que o saber musical mostrou-se empiricamente elucidador. Esse modo de apresentar/representar é esclarecedor e facilitador de leitura, em virtude da disposição diagramática que resultou para os quatro tempos. Com o diagrama espera-se tornar possível “ler o tempo”.

No *tempo cronológico* há uma seqüencialidade irreversível, sucessividade descontínua onde os acontecimentos se dividem em antes e depois, com o presente sempre se transformando em passado. É o tempo em que os eventos se sucedem pela superação de limites e demarcações (cf. fig.1).

(fig.1).

↵ta ↵ti ↵ta ↵ti ↵ta ↵ti ↵ta ↵ti ↵ta ↵ti ↵ta ↵ti ↵ta ↵ti ↵ta ↵ti ↵ta ↵ti

ta: um evento caracterizado pela duração da sílaba “ta”.

Ti: um evento caracterizado pela duração da sílaba “ti”.

(Ambos eventos têm mesma duração, são diferentes apenas em demarcação ou limite – o antes, o depois, representados por qualidades sonoras diferentes).

↵ : cada evento presente, ao ocorrer, se transforma imediatamente em passado. Daí a seqüencialidade irreversível.

No *tempo rítmico* há o surgimento das leis e da homogeneidade dos valores, neutralizando a sucessividade com os contrastes temporais e alternâncias. Os *tempos cronológico e rítmico* estão na ordem intensa e marcam as relações de vizinhança (cf. fig.2).

(fig. 2).

{ a } { a' } { a } { a' } { b } { b' } { a } { a' } { a } { a' }
ta— ti— ta— ti— ta ti ta— ta ti ta— Ta— ti— ta— ti—
↵ta ↵ti ↵ta ↵ti ↵ta ↵ti ↵ta ↵ti ↵ta ↵ti ↵ta ↵ti ↵ta ↵ti ↵ta ↵ti ↵ta ↵ti ↵ta ↵ti

— : duração de um evento que soma eventos do tempo cronológico.

{ } : espaço de tempo (duração) de uma figura rítmica.

a : figura rítmica a.

a' : figura rítmica {a'} de mesma duração de {a}, em alternância de valores homogêneos.

b : figura rítmica {b} que contrasta com {a'}.

b' : figura rítmica {b'} que alterna com {b} (alternância de valores homogêneos).

O *tempo mnésico* presentifica o passado pela memorização, modalizando o *tempo cronológico* pela neutralização que recupera o que foi remetido para o passado. Sobremodaliza o *tempo rítmico* convertendo os valores construídos pela regularidade em perpétua criação de espera (como se dá especialmente na linguagem musical, onde a forma sonora emerge pela relação constante entre o que já ocorreu e a expectativa da próxima ocorrência), expande a lei por todo o texto. Na simultaneidade do presente, o *tempo mnésico* transforma o antes e o depois em passado e futuro, é o tempo da duração, das relações sistêmicas (fig.3).

(fig.3)

~●→ : espera (o passado é presentificado e espera-se que os eventos ocorridos voltem a acontecer ou não)

~
↓ : a figura rítmica anterior é presentificada (ordem intensa).

~~
↓ : figura rítmica anterior é presentificada, mas faz parte de uma figura maior à distância (ordem extensa).

~~~  
↓ : figura rítmica maior presentificada em relação à distância (ordem extensa).

O *tempo cinematográfico* institui a oscilação entre aceleração e desaceleração, gerando ora os limites, ora as continuidades. A aceleração ativa inícios e encerramentos, retirando substância dos valores durativos, dos intervalos de passagem. O *tempo cinematográfico* atua sobre toda uma seqüência textual, mantendo os valores relativos e acelerando/desacelerando os valores substanciais. Os *tempos mnésico e cinematográfico* são categorias extensas, sobredeterminam os tempos *cronológico e rítmico*, permitindo as relações à distância (fig.4).



manifesta-se como um *eu rítmico controlando as concentrações* (tempo cronológico e rítmico) e as *expansões* (tempo mnésico e cinemático). Tais noções são esclarecedoras daquilo que se chamou de *ação do tempo no discurso*.

Essas categorias temporais são o aparato metodológico principal com que se pretende analisar os diferentes aspectos discursivos em que o tempo se apresenta analisável. A seguir daremos algumas indicações metodológicas a respeito do uso dessas categorias.

#### 4.6 PROCEDIMENTOS ANALÍTICOS

Para início de trabalho, numa perspectiva de análise do objeto material e produção de dados, numa abordagem mais direta, podemos segmentar, articular, localizar os pontos de ligação e separação de segmentos textuais, examinar estruturas de superfície, as unidades textuais, experimentando categorias analíticas definidas. Parece necessário buscar sempre, nos textos, a idéia principal *orientadora*, aquela que corresponderia ao *núcleo textual* onde se encontra o objeto. A partir desta exploração inicial, deve-se decidir quais são os conceitos semióticos apropriados ao desenvolvimento do estudo. Embora a semiótica da Escola de Paris ofereça ampla gama analítica, imediatamente operatória – o que sempre parece ajudar na ativação de intuições, enfoques e conceitos –, a pesquisa não deverá se pautar por uma “aplicação analítica” da teoria semiótica em sua plenitude; antes, pautar-se-á pela busca orientada ao objeto de estudo que, uma vez encontrado como núcleo textual, permitirá a seleção dos conceitos semióticos pertinentes.

Contudo, um exercício sempre necessário para a abordagem do texto, objetivando-se o micronível de análise e a emergência de novos aspectos

orientadores, consiste na *observação do tempo cronológico do texto*: estabelece-se uma unidade de tempo (mais ou menos lenta/rápida do que um segundo – unidade igual a uma das sílabas da figura 1 do tempo cronológico) como unidade de referência do texto inteiro. Essa velocidade maior ou menor da unidade de tempo é já percebida/escolhida pela *forma geral* que o texto apresenta entre os ritmos das imagens, da fala, da música, e outros *elementos de fluxo* – em relação às demais categorias do rítmico, mnésico e cinemático. Portanto, como já foi comentado, o que chamamos de tempo (essa noção geral e unitária) é o *conjunto complexo* de atuação das quatro categorias.

A partir da divisão proporcionada com a unidade de tempo de valor 1, surgem outros valores maiores ou menores que 1: são os valores rítmicos, a regularidade de valores relativos (1, 2, em seqüência, equivale a 1:2; 2, 3, em seqüência, equivale a 2:3; 1,  $\frac{1}{2}$ , em seqüência, equivale a 1:  $\frac{1}{2}$ ; etc.) e de valores absolutos (duração de 1, duração de 2, duração de 3, duração de  $\frac{1}{2}$ , etc.). A permanência do valor 1, para soma ou divisão que resultam em variadas durações, é a permanência do tempo cronológico (a unidade de tempo em devir constante, presente sempre transformado em passado). A partir destes procedimentos, se pode analisar o texto segundo as categorias: figuras rítmicas em vizinhança e à distância (tempo rítmico e mnésico), acelerações e desacelerações (tempo cinemático). O procedimento relatado neste parágrafo refere-se, em geral, à experiência analítica que permite descrever o funcionamento das categorias, no aspecto básico (matemático) das configurações temporais. Esse é o exercício inicial em que se iniciam as correlações entre tempo e passionalidade vistos como aspectos estratégicos do TAT.

Em termos de recursos materiais (artesanais), têm sido suficientes o aparelho de televisão e vídeo e as gravações em fita VHS. Ainda é possível, numa fase

posterior, incrementar a análise com o computador e vídeo, usando-se o programa *Adobe Prèmière*, explorando aí as possibilidades de segmentação do texto, sincronização de som e imagem, contagem exata do tempo cronológico e dos valores duracionais (segundos e suas subdivisões), e outros procedimentos de análise e de realização de exemplos com gráficos, quadros de análise, figuras no papel ou no tempo em suporte digital.

Tal fase de trabalho deverá ser consequência de um desenvolvimento da tese rumo às quantificações do tempo como expressão passional, quando surgirem as condições ideais para tal tarefa, a partir do que já realizamos com o aspecto matemático das categorias temporais. Vale sublinhar que a tarefa é ricamente motivada ao longo da *Semiótica das paixões*, especialmente no seu final (GREIMAS; FONTANILLE, 1993, p. 287-294) onde se reflete sobre o “problema da quantificação” que, com insistência, se repete na teoria semiótica quando esta trata seu componente passional.

#### 4.7 CONCEITOS METODOLÓGICOS

Os conceitos metodológicos que se apresentam a seguir são resultado de análise preliminar e podem ensejar uma visão de conjunto das análises textuais ao final. Daí o interesse de começar sua apresentação a partir da pergunta sobre quais semelhanças e diferenças possuem os TATs analisados. Isso aponta para os resultados de análise mais diretos e também dá lastro para as conclusões mais amplas, uma vez que elas devem encontrar base nos resultados empíricos.

Um começo de resposta talvez esteja em estabelecer o conceito de *linha cronológica*, mais simples em relação a outros conceitos que lhe dizem respeito. A linha cronológica pode ser descrita por sua figura de linha reta e sua composição em



segundos ou em pulsos métricos (similares aos tempos do compasso em música) que servem à contagem da sucessividade do tempo cronológico. Ela assim se faz representar por um segmento de reta acompanhado pela expressão de soma em segundos e serve à *localização* de *eventos marcados* do TAT (conceitos mais complexos) e de *eventos não marcados*.

Os *eventos marcados* são acontecimentos da superfície textual que, com diferentes níveis que combinam elementos vizinhos e não-vizinhos, marcam aspectualmente (indicando o tipo de processo usado) a presença de elementos de nível inferior (mais profundos) ou mais extensos.

Alguns exemplos de eventos marcados são: a mudança rítmica do simétrico para o assimétrico ou vice-versa, atingindo todas as semióticas componentes do texto; um efeito especial fílmico indicando ou elementos passionais ou uma espécie de enunciação enunciada ou de outra relação enunciativa, a serviço da significação global; determinado ponto do desenvolvimento musical criador de expectativa musical e narrativa: é o momento em que se põe à prova a qualidade de um produto (indicando os marcos do esquema narrativo) e em que a música chega ao ponto de redefinir o seu processo (contínuo ou descontínuo) e assim se cria certa passionalidade própria da prova realizadora.

Como as noções apresentadas até aqui ajudam a ver diferenças e semelhanças entre os textos? Em primeiro lugar, pode-se começar a comparar com a ajuda da visualização das *localizações* de eventos marcados na linha cronológica. A *localização* define o lugar, na linha cronológica, em que ocorrem eventos (marcados ou não-marcados). Ela revela claramente a operação espacializante do tempo, já muitas vezes usada desde a formalização das categorias temporais. Assim

é possível dizer que o tempo possui localização e que esta permite comparar diferentes ou semelhantes localizações temporais de eventos.

A localização de eventos marcados pode estar ligada ao conceito nuclear e à estrutura narrativa mais geral, inclusive aos momentos das provas qualificadora, realizadora e glorificante dos actantes. Suposição forte é a de que tais momentos, estando como eventos marcados constituintes de conceito nuclear, sejam reveladores da relação actancial publicitária (dos actantes que o TAT busca valorizar eufórica ou disforicamente) com o processo temporal-passional mais íntimo ao seu fazer persuasivo.

Convém supor aqui que os eventos marcados dos conceitos nucleares e da estrutura narrativa mais geral possibilitem uma maneira de se estudar um sistema semi-simbólico, como este que se estuda nos TATs. A diversidade de eventos (em níveis, substâncias e formas expressivas) e a proeminência destes, quando concomitantes ao conceito nuclear ou à estrutura geral, permitem uma comparação geral e organizada.

Assim, os elementos visuais, sonoros, musicais, sinestésicos – vistos na perspectiva temporal-passional dos eventos marcados que os expressam com intensidade –, permitem que se estabeleçam *relações semi-simbólicas* entre as diferentes semióticas, compondo-se determinada formação de sentido. A seguir retomaremos diagramaticamente as noções apresentadas para vê-las em conjunto, pondo em relevo aquelas relações. Há tendência, deste modo, ao encaminhamento de respostas, com a ajuda do conjunto de noções, àquela pergunta sobre semelhanças e diferenças entre os textos analisados.

A Figura 1 reúne as noções que permitem representação monoplanar, isto é, as que se prestam à descrição por um segmento de reta. O segmento, no caso da

linha cronológica, representa o tempo cronológico do TAT medido em segundo; no caso da localização, o lugar exato (ordem dos segundos) do acontecimento; no evento marcado (complexo em sua natureza) se representam sua localização e a linearidade que possui como sua dimensão componente.

Figura 1



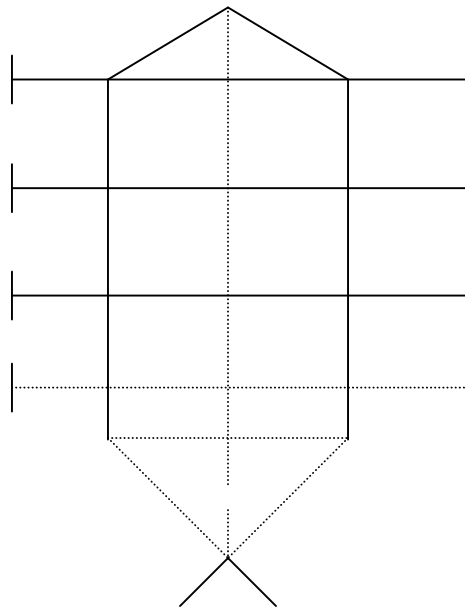
LC: Linha cronológica

EM: Evento marcado

L: Localização

A Figura 2 mostra a representação multilinear das diferentes semióticas (visual, sonora, musical, etc., conforme o caso em análise) e das relações semi-simbólicas que sustentam a percepção do conceito nuclear. Se cada segmento é a sucessividade do tempo cronológico em cada semiótica (S1, S2, S3, Sn ...), a figura geométrica que se forma de RSS – CN representa a concomitância dos segmentos e o funcionamento complexo, *intra* e *intersemiótico*, das categorias temporais. As relações semi-simbólicas que se concentram no conceito nuclear não estão, na verdade, bem desenhadas nesta figura geométrica simples; estariam sim em outros traçados, direções e figuras, que se complicariam muito à medida que se tentam desenhar mais fielmente.

Figura 2



Deve-se observar a diferença entre linha cronológica e tempo cronológico: a primeira é representação gráfica deste, medido em segundos. Ele é uma categoria de base do fenômeno temporal complexo. Isso significa dizer que qualquer TAT pode ter sua linha cronológica expressa em segundos, já que se trata de nela representar uma medida física do tempo, o segundo. Antes de se prosseguir nesta explicação, é necessário explicitar duas novas noções.

A primeira delas é a *escansão* que se define como o procedimento de percepção e de atribuição de valores duracionais e relativos. Dele resulta a unidade do tempo cronológico (pulsção). Tal procedimento é complexo e altamente englobante do funcionamento temporal do texto, o que, por ora, nos autoriza apenas assim formular sem todos os detalhes. A *pulsção*, a segunda das noções, é o

batimento básico que emerge de uma configuração rítmica, assim como, na música, emerge a unidade métrica (de compasso). Resultando da escansão – que faz uma espécie de “média” nos valores rítmicos, chegando à pulsação –, ela é a unidade do tempo cronológico que poderá ter duração igual, inferior ou superior ao batimento (pulsação) de um segundo. A pulsação do TAT pertence à ordem do tempo cronológico e, portanto, decorre de uma escansão do todo, considerando todas as categorias de tempo.

Disso resulta dizer que o *processo de escansão*, formador da pulsação, unidade básica do tempo cronológico, é globalizador na percepção do texto em suas relações globais do tempo. Esse gesto globalizador do tempo estabelece um nível de comparação em que elementos semióticos diversos são “equalizados”<sup>18</sup>, comparados para formar um patamar básico. Interessante ver que esse patamar inicial está em um lugar análogo àquele ocupado pela categoria básica do tempo cronológico, sobre a qual se formam as categorias do rítmico, mnésico e cinemático.

#### 4.8 TAT DA RENNER, CANAL DA GLOBO (DEZEMBRO DE 2002)

As Lojas Renner formam uma conhecida empresa de venda de roupas e de outros artigos dedicados, principalmente, ao público feminino. A atriz da Rede Globo de Televisão Maria Fernanda Cândido protagoniza o TAT. Ela foi eleita recentemente a *beldade mor* do século (eleição da Globo) e é apresentada também, pela mídia em geral, como terapeuta profissional em exercício e como tendo a preferência por uma “vida discreta”, embora este aspecto pessoal (que parece incomum no mundo do estrelato, o de ser “gente como a gente”) esteja salientado

---

<sup>18</sup> “Equalização” é o processo de estúdio de gravação sonora (para falar aqui apenas dela) pelo qual se faz uma espécie de “orquestração” dos diferentes canais e instrumentos musicais executados, visando o planejamento e equilíbrio do resultado final a ser escutado.

em programas como *Domingão do Faustão* e em reportagens de revistas ligadas à Globo. Isso faz pensar, neste caso e noutros semelhantes, numa *dupla ficcionalização*, a do mundo ficcional das personagens realizadas pelos/pelas atores/atrizes, mundo que se apresenta como tal e é assim denominado pela mídia, e a da própria pessoa da(o) atriz/ator da Globo, apresentada/narrada pela emissora como “pessoa real” (em reportagens, entrevistas etc.). Este TAT da Renner aponta para uma duplicidade dessa ordem e a análise tentará vê-la por dentro do objeto da pesquisa.

O apelo ao público feminino também se mostra, além desses símbolos de beleza (a atriz que atualiza as roupas e ornamentos da Renner) pela comparação com o papel desempenhado por essa atriz na novela *Esperança*, em exibição contemporânea ao anúncio, na Globo. A personagem Nina é uma mulher independente e avançada para os padrões sociais dos anos 30, no Brasil, capaz de atos liberatórios (enfrentamento das normas vigentes) tais como o exercício da sexualidade antes do casamento, a atividade sindical repleta de conflito com o patronato e com a polícia. Nesse sentido comparativo TAT/personagem Nina, poder-se-ia ver as modalidades, assim como certa afinidade de caráter entre Nina e a atriz do TAT, especialmente sua capacidade de romper com limites normativos. Tal direção de análise não será tomada, embora fosse interessante para a noção de um *ethos* midiaticizado, nesse caso, um tipo de conduta da atriz associado a personagens (no TAT e noutros lugares) do universo televisivo.

De modo geral, se conta a história da “gravação de um TAT” (“propaganda”, segundo diz a personagem) que deve ser feita pela atriz. Há nele um efeito “metadiscursivo” (o TAT dentro do TAT, ou o TAT que fala de si mesmo), efeito que a análise mostra intimamente ligado aos processos narrativos, temporais, musicais.

A história assim se resume: a atriz (personagem) se dirige ao estúdio e se prepara para a gravação (o que acontece no transcurso do transporte de carro, da caminhada do carro ao prédio, da preparação no camarim), sempre falando com entusiasmo sobre a promoção especial da Renner (compras antecipadas de natal, com 60 dias de prazo para o primeiro pagamento no cartão Renner); a fala é constante e enfatiza os benefícios da maravilhosa promoção. Chegado o momento de gravar no estúdio, diante das câmeras em funcionamento, a atriz diz, olhando para o telespectador, para a câmera: “agora que eu já antecipei a propaganda, com licença! Eu vou lá na Renner antecipar o meu natal.” (a constatação de que havia antecipado a propaganda é feita olhando para a câmera, para o telespectador – única ocorrência deste olhar direto); ela caminha se retirando do estúdio, para *espanto* da equipe presente que, assim, fica impedida de fazer a gravação; finalmente, ela mostra-se satisfeita no interior de um carro, com muitas sacolas de compras da Renner<sup>19</sup>.

Vamos abordar o TAT da Renner, em aproximação da sintaxe temporal, tomando como conceito temporal nuclear a *antecipação*<sup>20</sup>. Ela aparece na fala da atriz: “agora que eu já antecipei a propaganda, com licença! Eu vou lá na Renner antecipar o meu natal”. A base lexical de “antecipação” está na fala, na forma do pretérito e do infinitivo (“antecipei a propaganda”; “antecipar o meu natal”). Mais do que isso, a *antecipação está na estrutura do anúncio*: ao dizer da sua antecipação – e ao “não gravar” o anúncio em preparação –, a atriz declara que aquilo que assistimos até ali, no momento da sua fala, era a *antecipação* do anúncio. Conta-se assim a história dos preparativos para a gravação (dois terços iniciais); depois se

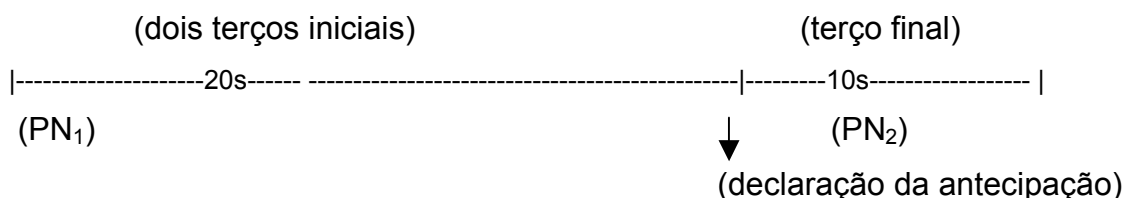
---

<sup>19</sup> A história aqui contada na análise deve ser entendida na perspectiva da nota n.º 21.

<sup>20</sup> O conceito nuclear da antecipação foi percebido por ocasião do Seminário de Tese II, quando a análise deste TAT da Renner entrou em discussão; do Professor José Luiz Braga recebemos tal conceito que se constituiu numa valiosa contribuição às análises dos TATs.

revela (terço final) que “já assistimos ao TAT”: a atriz prefere ir às compras na Renner do que “gravar o que já foi gravado”. A Figura 1 mostra linearmente, em termos do tempo cronológico do anúncio, o lugar desse efeito de antecipação:

Figura 1



Pode-se ver aí dois programas narrativos (PNs): o do encaminhamento da gravação (PN<sub>1</sub>) que ocupa a maior parte do tempo e o das compras (PN<sub>2</sub>). No PN<sub>1</sub>, a modalidade do *dever* se acha indicada pela seqüência de imagens: pelo *ponto de vista*<sup>21</sup>, o telespectador vê que a atriz está a caminho do estúdio, do cumprimento profissional. A fala da personagem não se refere a esse fazer profissional em seu *métier*, no máximo, seria uma fala que trata do texto a ser gravado, o que seria uma “passada” que a personagem não faz como tal: ela fala como uma consumidora seduzida pela promoção da Renner (compras de natal com sessenta dias para começar a pagar, no cartão em cinco vezes, etc.) – há aí uma oposição entre os seus atos de encaminhamento (do *dever*) e sua fala sobre as compras facilitadas da loja (do *querer/fazer*). Curiosamente, quem ouve a atriz falar com entusiasmo é uma assessora da produção, calada e empenhada em sua tarefa de trabalho – enquanto a gravação se encaminha, o PN<sub>1</sub> está em vias de realização, mas, ao final, ele será

<sup>21</sup> Faz-se alusão aqui não só à observação (visual) do telespectador, mas também aos *pontos de vista* que a narrativa contém e vai exibindo no seu decorrer, levando o observador a assumir certos lugares, posições de personagens, valores, etc. O observador é uma noção que deverá ser ampliada, no futuro, a partir da obra de Fontanille (1989) *Les espaces subjectifs*. Deve-se notar ainda que a história, entendida pela análise, resulta dos procedimentos discursivos, das seqüências e planos construídos, entre outros elementos do discurso – o que permite dizer então que a história resulta do discurso audiovisual e que o analista é um observador como todos os demais, em certo nível; noutro nível, deve dar conta de aspectos que escapam facilmente – mas não estão ausentes – da consciência do observador comum.



frustrado pela perda do seu objeto (gravação) em troca do objeto *compras* do PN<sub>2</sub>. O processo paralelo ao PN<sub>1</sub> – o querer/fazer do PN<sub>2</sub> – encontra-se potencializado e, ao final, mostra-se vencedor.

A busca do PN<sub>1</sub> resulta, *antecipadamente*, na sua própria realização – é o que o telespectador pode perceber quando a atriz declara que já havia realizado o anúncio (“propaganda”), isto é, o fim incompleto de PN<sub>1</sub> está de fato apresentado como o período da busca, no início do programa narrativo. Isso corresponde a dizer que, no plano narrativo, o desfecho da história da gravação (PN<sub>1</sub>), por assim dizer, está “antecipado”, pois o que seria o momento da realização (gravação do anúncio) está sendo apresentado com o momento da qualificação (apresentação da atriz, os preparativos da gravação).

Do ponto de vista do discurso, o fim do programa narrativo está antecipado, no lugar do começo. Daí se pode dizer que tudo foi antecipado: a gravação, o fim do PN<sub>1</sub>, as compras de natal, o prazer (*querer*) de comprar também, uma vez que se antecipou o *dever* (cumprir a gravação). Assim, o discurso faz antecipar, desde o começo, aquilo que seria o desfecho. Por isso acontecer assim, o centro do efeito metadiscursivo, tendo as suas condições extensivas asseguradas, localiza-se no último terço do anúncio (Cf. Fig.2).

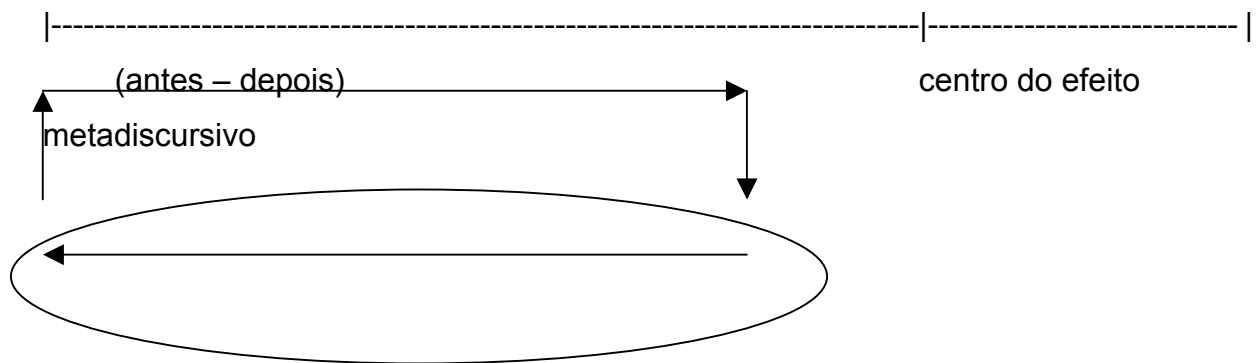
A Figura 2 exibe um quadrado de setas e uma elipse na parte inferior do quadrado, com as expressões “antes-depois” e “depois-antes”. A primeira expressão indica que o encaminhamento do PN<sub>1</sub> consiste na passagem do tempo cronológico conforme o (e simultaneamente ao) desenvolvimento das ações do PN<sub>1</sub>, onde o sentido das ações é afim com o sentido do tempo (direção do “antes” para o “depois”; da disjunção para a conjunção). A segunda expressão indica, com a elipse, justamente, a inversão dessa relação tempo-ação, isto é, o que é discursivamente

apresentado como o “antes” do PN<sub>1</sub> é, contudo, o seu “depois”; o que se apresentava como disjunção (o objeto “gravação”) estava, contudo, conjunto: este é o sentido que se irradia do centro metadiscursivo, na voz da atriz: “agora que eu antecipei a propaganda...”.

Figura 2

Antecipação: a realização do PN<sub>1</sub> está no seu encaminhamento

Encaminhamento-realização..... (PN<sub>2</sub>)



A antecipação, quanto às quatro categorias, pertence ao tempo cinemático, pois este consiste na exposição de valores acelerados em relação ao tempo rítmico (valores normais, não acelerados). O que há de cinemático no texto? Justamente o terço final. É o que se descreve a seguir.

Os dois terços iniciais têm simetria rítmica; o terço final, assimetria. Isso é confirmado pela demarcação dada pela duração total do TAT, isto é, a situação inicial com PN<sub>1</sub> ocupa aproximadamente dois terços da duração total, a situação final com PN<sub>2</sub>, o último terço. Neste marco da narrativa há uma *mudança na qualidade do tempo*, considerando:

1) a divisão cronológica já mencionada (2/3;1/3) que resulta não só do marco fornecido pelo olhar direto ao telespectador, mas pela mudança de programa e da associação destes elementos com os dos seguintes itens;

2) a troca de um tempo rítmico uniforme (entre música, fala, ações – movimentações corpóreas) para um outro tempo (no último terço do texto) que faz acelerar o tempo rítmico anterior. Isso assim se evidencia:

2.1) pela sucessão simultânea de ataques<sup>22</sup> entre os cortes (imagens) e o pulso musical<sup>23</sup> nos dois terços iniciais; o ritmo dos cortes e do pulso musical estão aproximados (simétricos); no terço final, o pulso e os ataques estão assimétricos e acelerados;

2.2) pelos valores rítmicos entre a fala e suas pausas; nestas, há uma concatenação de ações (movimentações corporais) com os mesmos valores; a concatenação é quebrada na aceleração final;

2.3) o último terço é marcado então pelo olhar direto ao telespectador; na música opera-se uma transformação: antes havia uma textura com dois instrumentos musicais e uma seção formal; com o PN<sub>2</sub>, a textura fica mais complexa (um conjunto instrumental completo), a dinâmica aumenta para *forte* e observa-se um *marcador musical* durante o *espanto* da equipe; chega-se ao desfecho musical, assim como exhibe-se o sujeito (atriz) em conjunção com seu objeto (as compras na Renner).

2.4) o processo de aceleração faz com que o decurso normal dos valores rítmicos seja antecipado; isso se conjuga com o processo passional do sujeito do PN<sub>1</sub> que apresenta o querer virtualizado que resultará no PN<sub>2</sub>, ou seja, tudo parece

---

<sup>22</sup> Referem-se aos eventos, sonoros ou não, marcados pelo seus inícios, o “ponto zero” da duração dos eventos. A sílaba “ta”, por exemplo, tem seu ataque, numa parcela mínima de duração no início da consoante “t”. O ataque, em música, é o começo de cada som ou figura sonora; nosso ouvido o percebe em centésimos de segundo.

<sup>23</sup> Intuitivamente, o pulso é o “coração da música”, as batidas repetidas e idênticas entre si; tecnicamente, dir-se-á que o pulso é a unidade de tempo, de duração, referência para todas as durações em diferentes níveis; a unidade de tempo permite somar ou dividir valores de duração a partir dela, que tem valor equivalente a 1 (um). Veja-se “pulsação”, nos conceitos metodológicos.

ocorrer como se a antecipação estivesse ali como o processo passional que leva à aceleração em busca do objeto do querer virtualizado.

Com o *marcador musical* se quer designar os eventos de sonoplastia (ataques musicais que surgem sem que antes houvesse música; ataques com timbres novos; contrastes formais intensos; entrada de novo naipe ou instrumento; etc.) em que a curta duração faz incidir sobre um evento narrativo, marcando-o e expressando-o em seu caráter musical. No caso deste marcador (do TAT Renner) são dois ataques repentinos de guitarra (depois da expressão “com licença!” que a atriz usa se dirigindo à equipe espantada com o abandono da gravação). A guitarra elétrica, na música popular brasileira dos anos sessenta, surgiu como um dos símbolos da nova época musical, cujo tipo de música era chamado “yê-yê-yê” (característica de uma canção dos *Beatles*), sendo pouco a pouco incorporada ao instrumental aceito amplamente como sendo de música brasileira, pois sua inserção inicial disputava com o violão, instrumento da “alma brasileira”.

Considerando-se o universo do *Rock'n roll*, especialmente, e certos usos correntes do som da guitarra em sonoplastia, se pode dizer que a característica tímbrica isolada da guitarra (como nesse marcador) está associada, como signo contextual sincrético<sup>24</sup>, aos valores de rebeldia, do desejo de liberdade, de irreverência. No TAT, quando a atriz surpreende a equipe, esse marcador de guitarra expressa o que nas modalidades corresponde à passagem do *dever* para um programa do *querer*, uma súbita decisão motivada pelo desejo de comprar. Também como signo contextual sincrético está presente a música de jazz associada à modalidade do *querer*: o jazz e a história de vida dos seus músicos contam de um

---

<sup>24</sup> Este tipo de signo, estudado por Mitidieri (1997), permite referir aqui os campos conotativos musicais, ou seja, a possibilidade da música ter significados políticos, míticos, científicos, etc. O marcador de guitarra encontra outro exemplo, na própria Globo, com *Os Normais*, também na situação de comentário sonoro (sonoplástico) da enunciação, quando o sujeito do enunciado mostra-se passionalizado (surpreso, decepcionado, etc.) e olha para o telespectador.

universo de liberdade, de livre exercício da vontade, o que é também estrutural na música jazzística, o seu modo de fazer musical pela improvisação. Na passagem dos programas, a música entra no seu clímax (nova seção formal), com todos os instrumentos tocando (o *tutti*), mas o final está *antecipado*: logo após o marcador musical, não há o devido percurso musical formal que pudesse levar ao clímax apresentado com o ritmo acelerado, típico de um grande final cinematográfico (Cf. Figura 3).

Figura 3

Figura 3.1

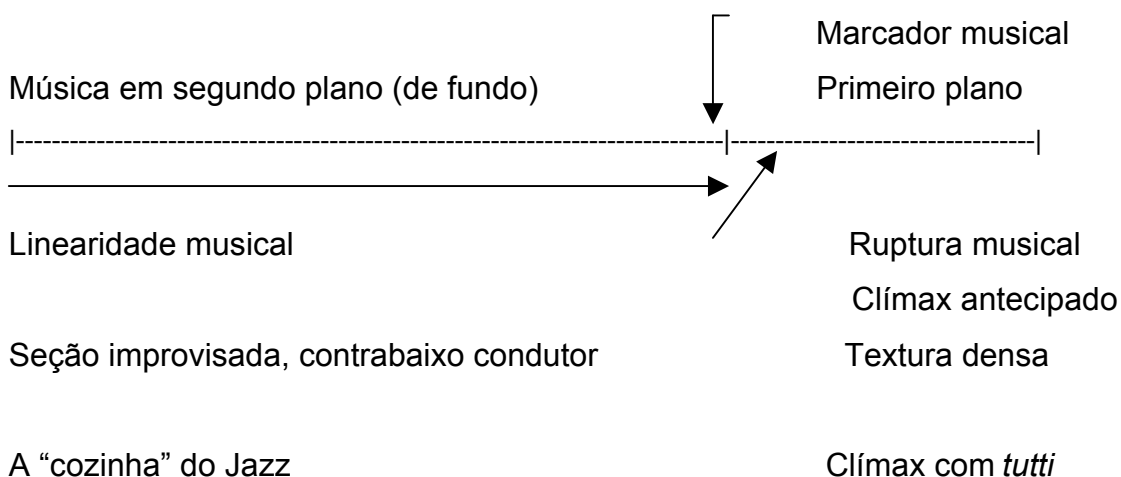
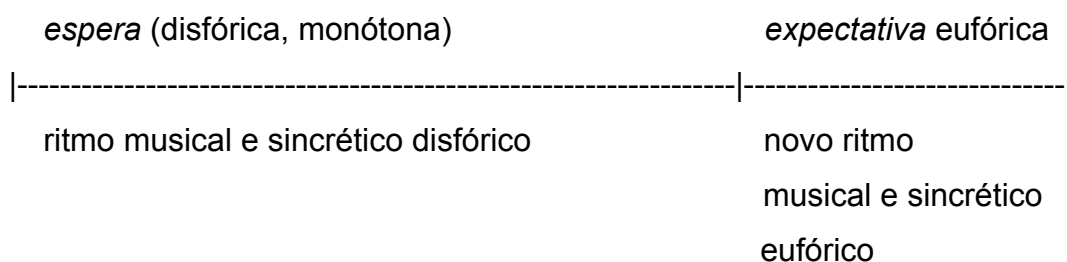


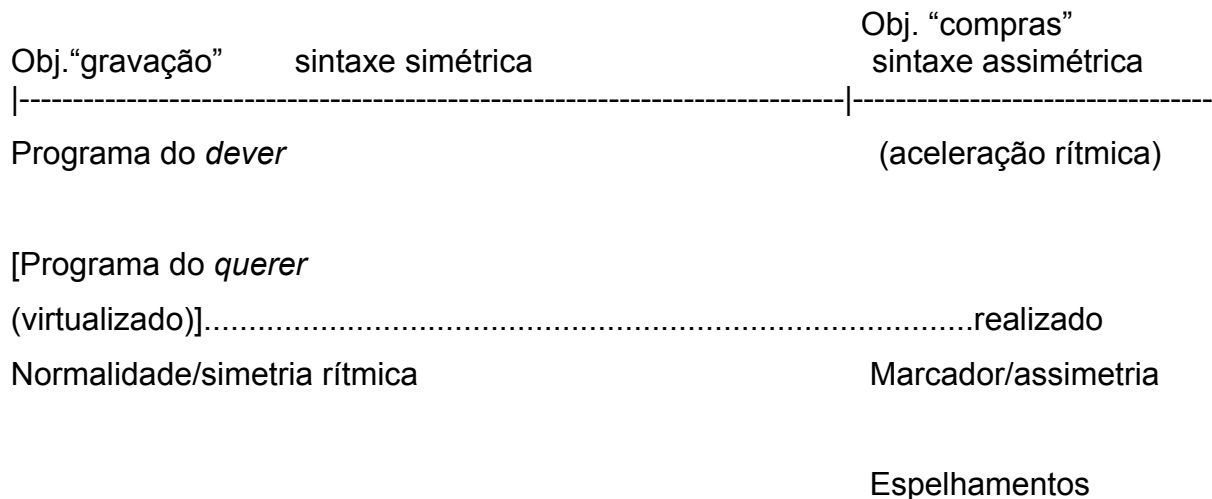
Figura 3.2



O que é temporalmente marcante com o início do PN<sub>2</sub> é um outro patamar de tempo onde os aspectos musicais transformados – antecipados – constituem uma espécie de sobremodalização do tempo rítmico instaurado na situação inicial, mudando a relação entre as formas expressivas. A *surpresa* da equipe com a gravação frustrada se configura por esse contraste ocorrido no tempo rítmico, no marco entre os programas, no momento especial do jogo de espelhamento, isto é, uma multiplicidade de olhares, da atriz para o telespectador, da equipe para ela, das câmeras entre si, tudo em ritmo acelerado. Aliás, esse anúncio poderia ser analisado pelo viés de uma história de uma *surpresa*. Esses aspectos descritos encontram-se nos gráficos da Figura 4.

Figura 4

Figura 4.1



\*\*\*

Figura 4.2

Signo contextual sincrético: improviso, liberdade no *jazz*, virtualidade do *querer* do início

Música-base (cozinha jazzística)  
(primeiro plano)

Seção final

|                                               |                                                                    |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| -----                                         | -----                                                              |
| Simetria sintática (sons, cortes, movimentos) | Assimetria<br>Marcador musical<br>Paixão <i>surpresa</i><br>Clímax |

\*\*\*

Como o processo de antecipação está ligado à passionalidade? Certamente, a pergunta requer mais desenvolvimentos, além daqueles que se apresentam aqui; constitui-se, na verdade, numa formulação (específica de um texto) que reúne muitos problemas da passionalidade no discurso. Esse lugar problemático, neste TAT, foi formulado dessa maneira, usando o conceito *antecipação* para a globalidade discursiva. Pode-se prever que, em outros casos, será possível perseguir, de modo semelhante, um ou mais conceitos nucleares para se entender o objeto de estudo. Considerando-se isso, se pode dizer que, sem a antecipação, não haveria a *surpresa*, uma vez que a equipe de gravação estava à *espera* da realização do PN<sub>1</sub> cujo desfecho fora antecipado. É nesse momento passional da *surpresa* em que se faz sentir o marcador musical e a nova temporalidade, a virtualidade do *querer* se atualiza e se instaura a relação comunicacional (visual) *eu-tu* através do olhar direto ao telespectador, o que é marcado por dois tempos distintos do TAT (Cf. Figura 5). Esses tempos também são aqueles simultâneos, primeiramente, à virtualidade do querer; depois, à sua realização *caprichosa*.





antecipar uma gravação – um desprendimento do estrelato indiciado pela saída do estúdio – para realizar um fazer comum: ir às compras.

De modo geral, a atriz do anúncio mostra-se *despreocupada* com a missão que lhe é destinada (fazer o anúncio, gravando no momento esperado). Pelo fato de frustrar este programa e demonstrar fazê-lo de modo propositado – tudo se passa como se ela soubesse do que iria acontecer –, a atriz é *caprichosa*, no sentido de que agiu apenas por sua vontade (abandona toda a programação, o previsto pela equipe). A atriz se mostra *volúvel* por ser inconstante (frustra o PN<sub>1</sub>) e caprichosa (age por sua própria vontade, realizando o querer virtualizado durante o PN<sub>1</sub> e realizado no PN<sub>2</sub>). Ora, tal atitude volúvel pode ser referida temporalmente em termos da *antecipação*, pelo fato de que a atitude esperada (pela equipe) está antecipada, fruto do *querer* volúvel que faz adiantar a tarefa para se chegar *antes* na conjunção com seu objeto, produzindo a disjunção para a equipe e, assim, a *surpresa*.

Enfim, a análise parece mostrar que certos traços modais, passionais e temporais, aliados ao efeito discursivo que se faz por antecipar/frustrar o programa narrativo inicial, são construídos no texto também com a *presença* da transformação antecipativa. Esta transformação, que assim se acha disseminada pelo discurso, realiza-se pelos traços em suas próprias naturezas e modos diversificados, ou seja, a transformação temporal em que se operam o centro metadiscursivo, o *querer* virtualizado/atualizado e a música, as passionalidades da atriz *caprichosa* e a *surpresa*, a sintaxe assimétrica, o jogo de espelhamentos na relação *eu-tu*, o marcador e a ruptura do clímax musical. Isso aponta para o rendimento da *antecipação* como conceito nuclear da análise. A transformação antecipativa, além disso, parece ser o artifício principal para se realizar a manobra estratégica do TAT,

ou seja, a de um metadiscurso onde a atriz parece se confundir/transformar na atriz global Maria Fernanda Cândido, consumidora da Renner.

#### 4.9 TAT DA BRASILPREV

*BrasilPrev* é um plano privado de previdência (aposentadoria) do Banco do Brasil. O TAT da BrasilPrev (C50) aposta sua força persuasiva fazendo saber que a imprevidência no tempo de uma vida (não ter um plano de aposentadoria) faz com que o indivíduo seja apanhado de *surpresa* ao final dela, com pouco ou nenhum recebimento mensal. Tal efeito de sentido se faz através de uma espécie de passagem: da noção de tempo biológico (da personagem) à noção de tempo da enunciação (enunciada, como elemento técnico do filme, o ruído), ou seja, é a passagem do *tempo da vida* para o *tempo do filme* que cria o efeito passional (*susto*) desejado pelo TAT, tornando sensível para o telespectador aquele efeito que teria lugar na vida de quem não atende à mensagem (“Faça um Plano de Aposentadoria BrasilPrev”).

O TAT é construído na estreita concomitância das legendas com a música, de modo que o percurso musical corresponde ao percurso da vida. Aí se observou que as legendas e o sentido do que elas dizem transcorrem *pari passu* ao sentido da música composta sob medida para o TAT, onde a personagem da história na legenda tem um percurso análogo ao percurso musical.

A apresentação diz, antecedendo os quadros descritos a seguir: “Você vai ver agora um comercial escrito por Orson Welles”, é a tela dentro da tela onde Welles é citado contando sua história como diretor de cinema – a máquina é vista projetando na tela; as legendas contam a história acompanhada da música de piano solo, como cinema mudo:

[quadro 1] “Eu cheguei a Hollywood com 26 anos ...

[quadro 2] ...e eles me sentaram numa cadeira grande e confortável.

[quadro 3] Aí um dia, quando levantei, eu estava com 66.”

Orson Welles

[quadro 4] O tempo voa. Faça um plano de aposentadoria BrasilPrev.

[quadro 5] Planos de Aposentadoria

BRASILPREV

[quadro 6] [ruídos da máquina, final da fita, sem fotogramas – ruído sonoro e “visual”]

A inexorabilidade do tempo de vida (“o tempo voa”), convidando o telespectador a se prevenir, é aqui reforçada pela *continuidade* do conjunto história-tempo de vida (quadros 1 a 5) que é *abruptamente* interrompida (*descontinuidade*) pela presença do ruído (quadro 6). A relação contínuo/descontínuo que gera a interrupção parece central para o objeto neste TAT, onde se deve perceber a temporalidade fílmica (esquemáticamente: vida ativa = continuidade = música; fim da vida ativa = descontinuidade = ruído) e sua exaustão abrupta como elementos persuasivos do BrasilPrev. Tal processo que dá base à persuasão da mensagem (“Faça um Plano ...”) se constitui em duas dimensões alternadas do tempo, uma *mnésica e contínua* (do passado, da memória), outra *cronológica e descontínua* (do presente, do “aqui, agora”), como veremos a partir da descoberta de que este TAT se realiza em estreito diálogo com uma obra cinematográfica.

Dentre o vasto campo de possibilidades intertextuais que cada texto propõe, a escolha de uma relação, como a que fizemos nesta análise, não pretende implicar em questões amplas sobre intertextualidade, mas apenas fazer observar a relação que nos parece importar muito para a compreensão do objeto neste TAT: é a do seu diálogo com o filme *Cinema Paradiso*, lançado no final da década de oitenta – o TAT é de meados de noventa. Tal relação se evidencia, sobretudo, pelas *histórias contadas* e pela *música derivada* do filme. Tanto no filme quanto no TAT, se conta a história de cineastas com suas recordações autobiográficas, movidos por sentimento nostálgico. No filme, se trata de um cineasta famoso retornando a sua cidade de infância e à sala *Cinema Paradiso*, por ocasião do falecimento de seu velho amigo que o introduziu no mundo cinematográfico. No TAT, tal perfil é ocupado por Orson Welles que conta sua vida brevemente, conforme as legendas transcritas. Em ambos os casos, os cineastas estão contando suas vidas ligadas ao cinema, e este está representado na tela que narra as histórias (um filme dentro do filme); a música, como veremos a seguir, passa a manter estreita relação com a memória, em termos também de sua constituição estrutural interna. Consideradas as devidas variações e transformações, é lícito dizer que o filme e o TAT têm a mesma música.

Se fosse necessária a demonstração detalhada da analogia entre as músicas dos dois textos – sem muito interesse para o leitor não especializado em música –, elas demandariam análise com transcrição musical (partituras) do tema usado no filme e da peça musical do TAT, mostrando a paráfrase que esta peça faz da melodia do filme. É dispensável a demonstração, uma vez que a analogia pode ser percebida facilmente, sem maior recurso analítico, pelo ouvinte do tema e da versão parafraseada no TAT. Importa ver que a intertextualidade percebida se sustenta por

essas histórias semelhantes de cineastas com suas memórias e pela paráfrase entre as músicas.

O tema do filme que origina a melodia parafraseada, na peça do TAT, se intitula também *Cinema Paradiso*; é tocado com piano e empresta suas características composicionais à peça do TAT, executada com o mesmo instrumento. O tema é trabalhado e repetido ao longo da música registrada no CD homônimo (Général Music France – Warner Music Brasil, 1989) que traz a música completa do filme. De forma análoga, é esse mesmo processo que atua na composição da peça pianística do TAT, nas semelhanças motivicas, figuras de acompanhamento, nos desdobramentos temáticos. Ora, esse processo musical é de complexa demonstração, caso fosse necessária uma descrição analítica completa (como a dos músicos e musicólogos). No entanto, sem perder o essencial da análise da música, a seguinte explicação é suficiente para trazer a noção mais peculiar e central ao processo, a de *elaboração* melódica.

As músicas se concentram, na composição melódica, em torno do quinto grau da escala maior, o que dá um efeito de permanência num som que é centro de gravitação de outros sons. Falando em termos schenkerianos<sup>25</sup>, o efeito é de *elaboração* do grau em torno do qual os demais sons (embelezadores) gravitam. O quinto grau, como eixo melódico e com certa duração, é também considerado (Cf. teoria harmônica<sup>26</sup>) como criador de *expectativa musical*, antecedendo a decisão por

---

<sup>25</sup> Conforme a teoria tonal de Schenker (teórico alemão inovador na compreensão do sistema tonal), as melodias podem ser entendidas como *elaborações* de determinados graus da escala (as notas da superfície que elaboram o grau de nível mais profundo), de maneira que certas notas, escutadas na melodia, se tornam uma permanência (elaboração) temporal em torno do grau principal (perceptível pela análise), ou seja, têm suas durações representadas (somadas) pela (na) duração deste grau.

<sup>26</sup> Em teoria harmônica, diz-se (também conforme a teoria de Schenker) que o acorde ou função de tônica (formado pelo primeiro grau da escala) é ponto de partida e de relaxamento (sentido teleológico); o acorde ou função de dominante (quinto grau) é movimento, tensão – cria *expectativa* – que se resolve na tônica. Toda a variedade harmônica da música tonal pode ser reduzida ao jogo de tensão e relaxamento exercido por essas duas funções básicas.

um processo ou de continuidade ou de fechamento. Tal efeito de permanência que advém de uma música suspensa está intimamente ligado ao sentimento de nostalgia presente nas histórias, vinculando-se ao *tempo mnésico*: seja porque a memória caracteriza esta categoria temporal (a paráfrase como memória), seja porque o quinto grau elaborado é uma forma de permanência, metaforicamente relacionada à nostalgia, ao estado anímico que se fixa no passado.

As peças do filme e a peça do TAT se organizam em torno do tema musical *Cinema Paradiso*. A elaboração schenkeriana do quinto grau, no tema e nas suas derivações, cria então um grande espaço musical de amplitude e permanência que se encontra em cada peça do filme e na música do TAT. Esta é a dimensão mnésica que se inscreve na constituição interna de cada música e entre as músicas; é a dimensão onde o quinto grau elaborado trabalha sistematicamente com o tempo mnésico. A dimensão mnésica também alcança, pela intertextualidade entre músicas, uma relação ampla no tempo e no espaço sociais, entre os dois textos individuais (filme, TAT). A questão pertinente aqui é ver a relação disso com a estratégia do TAT BrasilPrev, pois esta demonstra aproximar, afinando, a natureza temporal do produto que anuncia (um plano) com a natureza mnésica das histórias e das músicas do intertexto.

Os conteúdos passionais da história nostálgica e da música funcionam *tensivamente* com a surpresa do tempo fílmico, o que corresponde à estratégia do TAT de estimular a percepção do tempo como agente produtor de uma presença assustadora no presente. A tensão que se estabelece é entre uma *dimensão temporal mnésica* (das histórias nostálgicas, das músicas entre si, e em cada música) e o momento final do TAT que constrói a *surpresa* do ruído, a dimensão cronológica, do presente “aqui e agora”. Metaforicamente, tudo parece funcionar

para que, ao final, o telespectador seja jogado *para fora* da dimensão mnésica, para fora da história, da música – para fora do “Cinema Paradiso”, lugar ficcional – e *entre passionalizado* no lugar assustador do presente, do “aqui, agora”. Neste momento de um presente passional, de “saída da ficção” e de encontro com a realidade do “tempo que voa” – para Orson Welles, como de resto para todos nós –, é que a mensagem se potencializa: a ruptura “da fita”, como a ruptura que o tempo faz conosco, “deixando de ser o meramente representacional-ficcional” da mensagem, passa a ser um apelo sensível (“Faça um plano ...”).

#### 4.10 TATs DO PT (“ORDEM E PROGRESSO” e “AGORA É LULA”)

A análise do TAT “Ordem e Progresso”, veiculado nos primeiros meses do governo petista, em 2003, faz diálogo com dois outros TATs da campanha presidencial de 2002, um do próprio PT, caracterizado pelo slogan “Agora é 13. Agora é Lula”, e outro do PSDB protagonizado pelo candidato José Serra<sup>27</sup>. Analisaremos a relação intertextual para ver aí o estabelecimento de *tempos diferentes* usados a propósito das situações políticas que envolvem a candidatura e o governo petistas.

Na campanha presidencial do Partido dos Trabalhadores (PT) de 2002, o *slogan* “Agora é 13. Agora é Lula” encerra uma série de TATs iguais no formato. Ele vem sempre após a fala de algum ator político (nomes reconhecidos nacionalmente) carregado por um efeito visual pesado e incisivo. A fala ocupa quase a totalidade da duração do TAT; o fechamento, que traz o slogan, apenas dois segundos. O resultado videográfico do fechamento faz o *slogan* vir a reboque de um objeto móvel

---

<sup>27</sup> Acerca das relações entre TATs do PT e do PSDB, lembramos aqui a nota de n. 15 para ilustrar o processo intertextual aqui presente através do processo de potencialização de elementos do TAT PSDB no TAT PT, aquele que fez a parte final da campanha vitoriosa do candidato Lula.

e pesado que, como um carimbo em ação, focalizado em primeiro plano, desaba sonoramente sobre a base do quadro – imagem final.

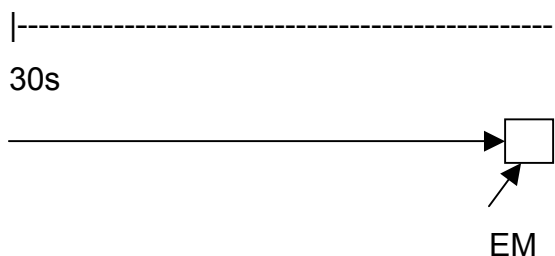
Se considerarmos o sentido do *slogan* como o da *premência* daquela candidatura que se apresentava pela quarta vez em campanhas presidenciais – após consecutivos segundos lugares –, o “Agora é 13. Agora é Lula” se mostra como um apelo ao eleitor para conceder, finalmente (após Collor e dois mandatos do PSDB com Fernando Henrique), a chance do PT governar com Lula. Note-se que o apelo se liga a uma passionalidade *premente*, temporal em sua natureza; em sua composição está o tempo rítmico (da repetição), atuante quer na reiteração da candidatura, quer no formato dos TATs que variam apenas quanto ao ator político depoente, destacando sempre o mesmo fechamento com o *slogan*.

Na linha temporal, vista na figura a seguir, se acompanha a continuidade rítmica da fala dos depoentes, onde cada falante desenvolve o ritmo próprio de sua fala. Nessa continuidade da linha temporal se desenvolve a argumentação justificadora dos valores apresentados (a calma, a segurança no governo) que se querem presentes como abonadores da candidatura Lula – empresários e outras pessoas cuja aparência não era a de “esquerda”, mas que estavam apoiando... No final, como que para manter o caráter combativo de sempre, e em contraste com a linha contínua anterior, há o acento visual e sonoro com o objeto móvel no “Agora é 13. Agora é Lula”.

O “Agora” *premente*, acentuado e sonoro, faz a marca do processo terminativo caracterizador da série de TATs. A presença do ator político que fala e olha diretamente para a câmera e a as falas em seu ritmo natural são contrastadas e encerradas com o acento visual e sonoro do objeto móvel que traz em si o “Agora” do *slogan*. Tal acento, evento marcado, encerra o processo terminativo, conforme o



desenho a seguir, onde o quadrado é o acento (*slogan* com voz *off*, objeto móvel, fim contrastante do TAT) e a seta horizontal é a fala do ator político:



O acento dado a esse *slogan* está ancorado em fatos políticos da trajetória de Lula, derrotado por Collor (um presidente impugnado) e por Fernando Henrique que, com o PSDB, se apresentava com a bandeira da estabilidade econômica e enfrentamentos das crises globalizadas: esse “agora” emergia então de uma longa caminhada pelo poder, sempre aparentemente negado pelo eleitor que elegia ora o discurso da “renovação nacional” de Collor, ora o da prudência do PSDB na gestão econômica – embora colocando o PT em segundos lugares eleitorais consecutivos, o eleitor talvez estivesse cedendo aos discursos que viam no partido petista ou um socialismo decadente (o vermelho do PT acima do verde-amarelo nacional, argumento “collorido” usado por Collor), ou o perigo das mudanças radicais petistas e a conseqüente perda de controle econômico do país que já vinha sofrendo com as crises globalizadas. Daí parece resultar que o PT, significando mudanças e acelerações prematuras de estruturas sociais, fazia contraste com a prudência e o ritmo de mudanças mais estável proposto pelo PSDB<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Faz-se aqui alusão, em se tratando de dinâmicas sociais de natureza temporal, a certos aspectos de fundo presentes na teoria dos campos sociais de Adriano Duarte Rodrigues, tratados em conversa com o autor, em 2003. Tais aspectos fundamentais, epistemológicos, mas não explicitados na teoria, são o “fluxo corrente”, nas sociedades tradicionais, e o “fluxo interrompido” que iria caracterizar a racionalidade da modernidade. Advém daí uma noção de fluxo temporal (corrente e interrompido) que marca a passagem do pré-moderno ao moderno, uma metáfora da física – conforme o autor – que deixa margem para novas explorações e explicitações da teoria. Essa perspectiva temporalizante da teoria é o que permite que aqui se fale, em relação aos partidos, de “fluxos” ou “ritmos” de mudança percebidos ora mais, ora menos adequados à situação eleitoral.

Esse contraste de significados se pode observar pela trajetória de disputas envolvendo o PT: na arena política, eram salientadas as características de partido radical e combativo – como seu fundador, Lula. Em especial, esse contraste se mostra num dos TATs do PSDB, na campanha de 2002, onde o candidato José Serra fala e brinca com um bebê, em câmera lenta, enquanto a voz *in off* argumenta que aquela candidatura traria *tranqüilidade e segurança* - sugerindo assim a correlação entre o bebê e o país, entre o bom pai e o bom presidente, capaz e prudente. Em concomitante exibição na TV, concorria o TAT de Lula (“Agora é 13. Agora é Lula”): se o PT, por um lado, mantinha as marcas da mudança – o *slogan* premente – por outro lado, incrementava uma imagem de equilíbrio e conciliação em relação às mudanças, uma nova imagem que, sem querer perder a força renovadora que adviria do primeiro operário na presidência da república, bem se consubstanciava na autodenominação do candidato (“Lulinha, paz e amor”).

Marcam-se aí, entre PT e PSDB, *dois ritmos* distintos em relação às mudanças, tal como se mostram conotados pelos elementos dos TATs: um incisivo e premente (PT), outro lento e durativo (PSDB). O *slogan* da campanha vitoriosa foi o “Agora é Lula” (doravante apenas esta expressão será usada, ao invés do *slogan* completo: “Agora é 13. Agora é Lula”). Essa vitória corresponde a dar conta de uma longa caminhada política de compromissos com as mudanças sociais; dar conta, no governo, de um discurso oposicionista gerador de expectativas reiteradas no eleitorado que, “agora”, espera pelas realizações petistas.

Após seis meses iniciais do governo petista, o TAT “Ordem e Progresso” vem a público – denominado assim para caracterizar a presença da Bandeira Nacional e o seu lema em destaque – com o seguinte formato: uma voz *in off* que elogia a situação do governo e propõe o futuro como uma “grande caminhada, calma,

serena, equilibrada e democrática” (texto transcrito a seguir); durante a fala, vemos quatorze planos, focalizados em ângulos diferentes; em cada um, em primeiro plano, uma mão diferente (de homens, mulheres, brancos, pardos e negros) vai pondo uma letra isolada na linha central da Bandeira, letras que vão formando assim o lema da Bandeira Nacional.

Como semi-símbolo, a “Ordem” do lema pode ser vista na voz paralela à imagem, esquematizados ritmicamente, evidenciando o ordenamento fílmico paralelo; o “Progresso” é o sentido construído na avaliação e objetivos propostos (um governo eficiente, sereno, rumo à justiça, etc.), inclusive com o sentido de um *tempo que passa* e onde todos colaboram (de mãos juntas) para a igualdade e a justiça social no Brasil. A continuidade rítmica é fundamental para a mensagem, como ordenamento e progressão, dois atributos dos tempos *rítmico* e *cronológico*, respectivamente.

A música é de gênero instrumental, com uma pequena orquestra sintetizada (executada em sintetizador), que traz motivos composicionais do *Hino à Bandeira* – quanto ao efeito de reconhecimento no ouvinte, configurando a “nacionalidade”, diríamos que a música faz lembrar a do *Hino* ou que, propositalmente, se associa a ele; temos então uma música de fundo, simbolizando “o nacional” juntamente à Bandeira, e um paralelismo temporal entre a voz e a frase-lema, esta construída, letra por letra, pelas mãos da coletividade. Importa destacar de início, na voz, as pausas, acentos e outros elementos prosódicos que formam unidades rítmicas faladas, expressas aqui por números entre parênteses (cada número representa uma unidade no seu começo); as pausas mais destacadas, no meio de frase, serão marcadas com asteriscos entre parênteses:

(1) Nunca (\*), (2) na história do Brasil, (3) um governo fez tanto em tão pouco tempo. (4) Mesmo enquanto cumpria a tarefa indispensável de arrumar a casa (\*), (5) o governo Lula (\*) (6) fez o país avançar e alcançar importantes conquistas.

(7) Mas esse é apenas o começo de uma grande caminhada (\*), (8) calma, (9) serena, (10) equilibrada (\*) (11) e democrática (\*), (12) rumo ao crescimento (\*), (13) à criação de empregos, geração de renda (14) e à justiça social.

O paralelismo entre voz e imagens se evidencia com o número de unidades rítmicas e o número de planos imagéticos (quatorze unidades, quatorze planos que mostram as mãos). O *tempo rítmico* dessa estrutura organiza uma *continuidade* bem semelhante ao TAT do PSDB: mudanças imagéticas em câmera pouco lenta, uma música de fundo fazendo sua própria narrativa, e a voz *in off* que rege a seqüência fílmica. Por ser um processo durativo criador de espaços narrativos, isso se diferencia daquele processo terminativo do TAT do *slogan*. A *serenidade*, imagem requerida para o governo que caminha rumo aos seus objetivos, se constrói temporalmente pelo *esquema rítmico* compartilhado pela voz e imagem, criam-se figuras de ritmo para compor o espaço durativo de uma “mensagem serena”, mais afim ao tempo concorrente (PSDB) que fazia contraste com o ímpeto do *slogan* terminativo (PT).

Os tempos diferentes dos TATs petistas, antes (“Agora é Lula”) e depois (“Ordem e Progresso”) da gestão de governo, indicam relações que se estabelecem, respectivamente, com o poder pretendido e protelado (tratado no *slogan* como descontinuidade para aceleração do processo) e com o poder exercido e que reclama o processo contrário (desaceleração e continuidade), o que acaba apontando para formas passionais prementes ou serenas apropriadas à situação política que o agente almeja manobrar.

#### 4.11 TAT DA BRAHMA BOCK

O TAT da cerveja Brahma Bock (C50) apresenta a história (apenas com imagens e música) de uma pequena produção de cerveja, onde se pode acompanhar as ações de um homem no campo, desde seu trabalho no cultivo da cevada até fabricação e prova (degustação) da cerveja. Nesta fase da preparação da bebida, a música é orquestral, de andamento lento, onde os motivos são circulares, ou seja, são repetitivos e imitativos – como os processos cíclicos naturais. As imagens são levemente lentas (efeito fílmico) e mostram as plantas ao vento, a chuva, o sol ... Chegado o momento da prova final, o homem toma um gole, saboreia e... cospe! – neste momento, a velocidade do filme passa a ser normal e se ouvem as fontes sonoras do ambiente (fontes intracampo). O efeito é de “entrada no real”.

Ato contínuo, marcando a mudança de cena, ele vai à geladeira, apanha uma Brahma e a experimenta com prazer. O que marca a *transição* entre a primeira e a segunda fase é o *momento da prova*, antes da cuspidinha, pois é onde a música *estaciona* no quinto grau da escala musical, o que dá um efeito durativo (infinitivo) no momento da prova, momento do sabor que invade o corpo ... seguido de um silêncio antes da rejeição ao líquido; além do efeito durativo, é marcante neste momento da prova aquela “entrada no real”, via tempo normalizado das ações (filme em velocidade normal), o que prepara a entrada em cena da Brahma, solucionando o conflito gerado pela desaprovação da cerveja recém fabricada.

Após, na segunda fase, a busca pela Brahma na geladeira é mostrada não apenas em velocidade normal do filme, mas também com música *country* (música de caubói que se liga ao gesto cinematográfico de derrubar garrafas da mesa – depois do gesto, o homem continua a saborear a Brahma). Tal mudança de estilo musical

se pode associar à troca de papéis e de valores efetuada pela personagem masculina: do camponês fabricante de cerveja (mal-sucedida) ao caubói “cliente de bar” (na própria casa); do processo artesanal ao industrializado; do tempo longo e da paciência no trabalho agrícola e artesanal ao tempo rápido e imediatista do consumo contemporâneo.

Este TAT apresenta um jogo de oposições encontrável também em outros textos; entre outros pares de valores possíveis estão os de urbanidade vs ruralidade, modernidade vs não-modernidade, caráter ativo da personagem vs caráter passivo da personagem, etc. Esses valores se mostram através dos tempos discursivos, o que se poderia provisoriamente indicar como a de um tempo histórico passado em oposição a um tempo do presente documental, aquele ligado a uma “narrativa ficcional” (num “então-alhures”) e este a um “aqui-agora real”. Convém assinalar, de passagem, que as oposições não se pretendem *impostas* ao texto, fruto de um cacoete teórico; acredita-se que elas sejam produzidas pela própria temporalidade textual, ao contrapor imagens e símbolos, músicas e estruturas musicais diferentes, ao criar enfim *a história pelo discurso audiovisual*, de modo que *é o objeto temporal* observado que nos leva às categorias opositivas.

Neste jogo a música comparece também com oposições entre *peças e estilos*, entre processos estruturais dentro da mesma peça. No caso deste TAT, aparecem duas músicas de diferentes origens e usos: uma europeia, de tradição orquestral, música de concerto, ritualizada – sem esquecer que, por algumas características composicionais, parece especialmente composta para o TAT –, correspondendo à primeira fase da narrativa, com as cenas lentas e bucólicas; a outra, coloca o TAT em diálogo com os filmes *Westerns*, tem o proeminente banjo

fazendo a sonoridade típica desta música; nesta segunda fase, o tempo de ação é normal (câmera normal, não lenta).

Se a música e a lentidão na cena bucólica se associam ao cultivo da terra, à fertilidade, à certa “ruralidade não contemporânea”, a nova fase do TAT parece colocar a Brahma Bock – e surpreendentemente, após a espera da prova e a cuspada repulsiva – em meio aos valores que se associam ao presente, ao homem contemporâneo (de certo modo equivalente ao herói caubói), à sua modernidade, urbanidade, masculinidade, etc. Existe aí o *elemento da surpresa*, já que o TAT leva a acreditar que o primeiro percurso (desde a colheita) levaria à aprovação da cerveja. Contudo, a surpresa acontece pelo processo temporal interrompido, ao par da reprovação da cerveja, no terço final do TAT.

A permanência no quinto grau musical (momento da prova) sustenta uma *parada* no TAT, ou seja, é, simultaneamente, uma parada musical, na estrutura narrativa (fim da fase que leva até a prova realizadora do esquema narrativo). Após a reprovação, marcada pela parada, vem a fase final de continuidade temporal: começa nova música (a “de caubói”), o gesto volitivo da varredura da mesa (sucendo o gesto gustativo) e o surgimento da marca com o narrador em voz *in off*.

Essa fase final, antecedida pela câmera de velocidade normal (a partir da prova), faz um contraste temporal com a primeira fase (câmera pouco lenta), o que pode ser descrito pela seqüência *desaceleração – ritmo normal – aceleração*, ou seja, desaceleração na câmera pouco lenta, ritmo normal das ações mostradas na câmera normal, aceleração na fase final criada com as ações volitivas do caubói e por sua música, muito mais acelerada do que a música sinfônica do início.

Portanto, observa-se neste TAT a proeminência do tempo cinematográfico, de modo que, no percurso narrativo, a qualificação, na produção de cerveja, em termos da sintaxe audiovisual, é desacelerada; a prova realizadora (o saborear) é rítmica; a glorificação da Brahma Bock, como a cerveja gostosa e de acesso confortável, é acelerada.

A desaceleração funciona para que a sensação do sabor invadindo o corpo se expresse pela parada no quinto grau, maneira musical de presença do sensível na audiovisualidade, neste caso. A primeira fase bucólica e encantada chega ao fim com a parada; melhor dizendo, é a própria característica da parada (musical, descontínua) e do que lhe antecede (continuidade) a responsável pelo chamamos de encantamento, cujo ápice é o mergulho no sabor, experiência de prova após longo trabalho com expectativa de prazer dado por um sabor glorificável...

A reprovação da cerveja (em que se alude às marcas concorrentes) está significada na *repugnância*, geradora de surpresa no espectador da parada, ela que faz terminar a desaceleração no gesto repelente, fase final acelerada por conta do ritmo normal das ações filmadas. É o lugar do presente e da marca Brahma, solucionadora da situação instável deixada pelo momento passional da repugnância pela cerveja fabricada.

#### 4.12 INDICADORES TIPOLÓGICOS NOS TATs BRASTEMP, CORREIOS, PHILCO E SKOL

O presente tópico se destina a fazer algo bem diferente das análises individuais antes apresentadas. Trata-se de tentar estabelecer análise de conjuntos para extrair alguma diversidade apreciável como traços temporais indicadores de



possíveis tipos de TATs. São indicadores que carecem de estudo posterior no sentido de verificar sua viabilidade, comparando um número maior de TATs dentro de uma lógica de amostragem.

A publicidade pode ser criadora de frases (sejam *slogans* ou não) que são usadas na vida cotidiana, o que indica um TAT bem realizado em seu projeto de popularidade. Menos evidente do que as frases que se originam na TV é o fato de que a publicidade pode criar formatos igualmente bem-sucedidos que se consolidam no próprio fazer da publicidade, gerando tendências de produção. Acredita-se que esse é o caso dos TATs da Brastemp posto em perspectiva aos dos Correios, a seguir analisados em conjunto. O formato que aqui interessa analisar é visto em seu componente temporal, não somente porque é pertinente ao objeto da tese, mas também porque é neste componente que parece se encontrar uma modalidade de organização do formato.

Entre as frases que se tornaram como *ditos populares* está a da Brastemp (“...x não é uma Brastemp...”) que aparece no conjunto de TATs da marca (C50), série protagonizada por uma dupla masculina (sentados na mesma poltrona, são homens íntimos às lides domésticas) que fala com as donas-de-casa. Para quem participa daquela memória cultural não é difícil concordar com o entendimento de que a frase pode se referir a qualquer ser ou coisa “não considerado o melhor possível”, sendo que “Brastemp” é sinônimo de “o melhor”. Daí temos: “...meu carro não é uma Brastemp, mas me serve bem”, ou “...meu marido não é uma Brastemp, mas ...”, etc.

A frase é usada em *contexto humorístico* dentre as diferentes situações e personagens da série de TATs iniciada pela dupla masculina. Além desta dupla que protagonizou por anos os TATs da Brastemp, novas personagens aparecem: a

dona-de-casa queixando-se do marido, o esposo dominado pela esposa confessando o equívoco de não ter comprado uma Brastemp, e que sua esposa – sempre reclamando da outra marca adquirida – costuma ser muito elogiada nas ruas pelos operários das obras (edificações), o menino, vestido de índio, que reclama do castigo recebido porque havia empregado sua arma contra a Brastemp da mãe...

Após muitos anos sem a dupla, a Brastemp volta a anunciar com os dois homens que estabelecem uma relação de intimidade com a dona-de-casa, e eles comentam: “até que enfim nos chamaram de novo”. Essas observações não teriam interesse se não fosse o contexto de *humor* (representado pela série de textos) onde o *formato* e a *música* do anúncio se inserem, permitindo certa *forma enunciativa de comentário* cujas noções pertinentes se esboçam a seguir.

Em toda a série há os *tempos inicial e final* dos textos; o tempo aqui pode ser entendido de dois modos complementares. Primeiro, no sentido de parte inicial ou final da linha cronológica, ou segmento temporal do texto; segundo, é o tempo composto pelo texto, com relação interna entre seus componentes semióticos (fala, imagem, música). Na série, o tempo inicial se organiza pela fala direta ao telespectador, sem música ou sonoplastia, o *tempo do dizer* que dá forma à audiovisualidade – o que gera um efeito de verossimilhança ao depoimento do falante; depois disso, um tempo final *composto* filmicamente, ou seja, um combinação de legendas, marca e *slogans*, elementos gráficos, voz *in off* e música que surge como importante enunciação, pois ela dá movimento organizado ao fechamento.

A música, neste caso da Brastemp, está caracterizada pelo *dobrado*, gênero das bandas de música; ao invés de instrumentos da banda, o dobrado do TAT apresenta a voz humana fazendo imitações dos instrumentos, como a tuba e as

percussões; este uso da voz (assemelhado à seqüência sonora “bom-bom-bom...”) é tradicional nas brincadeiras infantis e consiste numa modalidade de imitação do mundo sonoro inserida no universo lúdico e com efeitos cômicos. Além disso, tais sonoridades são amplamente exploradas no cinema e na televisão em efeitos sonoplásticos para compor situações cênicas de humor, sonoridades cuja genealogia remonta à ópera, opereta e demais gêneros musicais ligados musicalmente ao cômico.

Neste segundo tempo final, há um *efeito de comentário* do tempo de dizer, uma espécie de saída do lugar de verossimilhança (quase documental) para um outro lugar mais assumidamente publicitário (pela composição das substâncias e processos), o que se poderia chamar de *tempo musical do fechamento* – *musical* no duplo sentido de maior presença da música e da musicalidade expandida.

Os TATs dos Correios apresentam igual divisão de tempos e uma música semelhante à do TAT da Brastemp, além da caracterização cômica das situações onde se inserem os cartões de natal anunciados. A série de TATs dos Correios apresenta histórias em que personagens, ao invés de enviarem cartões para felicitar os amigos, no natal, dizem suas mensagens pessoalmente em situações e lugares inapropriados (por recados em interfone residencial, pela secretária no local de trabalho do destinatário, etc.). A situação de humor é confirmada, como nos TATs da Brastemp, pelo tempo musical de fechamento. Pode-se dizer, aliás, que a música, com exceção de pequenas diferenças de variantes, é a mesma do dobrado acima comentado da Brastemp; a posição de precedência do TAT da Brastemp se indica também pela cronologia de lançamento das séries dos dois anunciantes.

Observamos a seguir o caso de dois outros TATs que possuem ritmos constantes, ou melhor, *agentes rítmicos constantes* que agem em toda a duração

textual, indicando a possibilidade de que conjuntos de TATs venham a ter o que se poderia chamar de o som da marca, ou ainda, o *ritmo da marca*. Isso significa a possibilidade de que tais sons em *ritmos* (formados pelos sons) desempenhem uma função nuclear identitária expressando traços passionais inerentes à marca ou produto, mormente quando a esse núcleo se podem referir qualidades tais como os referentes identitários, a vontade estratégica, a expectativa dos destinatários, as convenções setoriais, e a própria estrutura narrativa destas qualidades (HEILBRUNN, 2002).

No caso do TAT Philco é preciso considerar uma série de textos que apresentam filmicamente a marca num corte repentino, junto a um som seguido do *slogan* “Tem coisas que só a Philco faz por você”. Esse som de percussão grave – que é o da própria ação da máquina que imprime a palavra *Philco* nos televisores em fabricação – é objeto de comentário por parte de dois agentes de produção na fábrica, onde a marca está sendo impressa em alto relevo. Eles se perguntam sobre o porquê daquele som: “para fixar”, conforme querem os publicitários, diz um deles; “acho que não”, diz o outro, e assim polemizam sobre a eficácia daquele efeito... A cada frase dita pelos agentes – note-se que um dos atores é um daqueles que protagonizaram os TATs da Brastemp – repete-se (“fixando”) o som produzido pela máquina, e assim repetindo até o tempo de fechamento, onde *slogan*, som e marca aparecem como na série anterior.

É preciso observar então o sentido criado com este corte rítmico-sonoro (o corte fílmico seguido do som, antes do *slogan*) na série de textos que antecede este TAT do diálogo na fábrica que é repetidamente alternado com este tipo de corte.

Esse TAT, aliás, representa bem um *tipo de formato* muito comum. Trata-se do tipo caracterizado pelo corte fílmico que antecede a exibição visual em primeiro

plano da logomarca e a entrada da voz *in off*, de modo que se pode traçar uma *linha temporal* marcada pelo último terço da duração dos TATs (lugar do corte): nos dois terços iniciais tem-se uma *fase narrativa* em torno do contar a história; ao final, a presença mais evidente e direta do enunciador através do *discurso argumentativo* (*slogan* ou comentário), tempo de fechamento ou outro recurso – compare-se, acerca desta observação de proporção textual, o TAT da Renner.

Tomando-se as proposições de Charaudeau sobre *discurso narrativo* (atitude projetiva do falante) e *discurso argumentativo* (atitude impositiva), (CHARAUDEAU, 2004), pode-se ver que na primeira fase predomina o discurso narrativo, de modo que o enunciatário é convidado a *identificar-se* com o universo da história, com as personagens e sua dimensão ética, a entrar num ambiente de ambigüidade, de mera sugestão de valores e atitudes ao invés de julgamentos sobre fatos; ao final, o enunciador passa da *atitude projetiva*, baseada na identificação, para *dizer diretamente* pelo discurso argumentativo, ele passa a uma *atitude impositiva* que exige tomadas de posições e juízos de valor entre os sujeitos da comunicação.

Por outro aspecto, tais atitudes que modelam certos TATs são o que já havíamos indicado anteriormente com as *duas formas da publicidade* observadas por Fabbri, o contar a história e a interpelação direta ao telespectador (alguém que nos fala e nos dirige o olhar). O que se apresenta como interesse neste formato geral é estudar *o que* as formas temporais fazem nesta passagem de fases e nesses modos discursivos.

O TAT da Skol apresenta o objeto temporal ligado à percepção sensorial do produto (cerveja), o que se dá através da *estesia* disseminada na/pela música. Neste texto faz-se uma espécie de apresentação, pela voz *in off*, da música que vem executada na seqüência; os dois sons apresentados (explicados) verbalmente fazem

parte estrutural da música. O *agente rítmico* da música é obviamente interno, pois consiste num motivo rítmico com o qual as frases musicais se organizam; note-se que o motivo faz referência ao *prazer/desprazer* advindo das qualidades das cervejas: a Skol tem o som expirado desvozeado, o da “descida redonda”, da “cerveja que desce redonda” (“ahhh...”); o som da descida quadrada, de outras marcas (“cerveja que desce quadrada”), é o “bum”; o “ahhh” é o som da leveza e prazer; o “bum”, peso e sensação desagradável.

Esses dois sons de expressão *passional* (estésica) do TAT localizam-se no fim de cada subdivisão das frases musicais (subdivididas em duas partes) e fazem *na* música cantada um *jogo oposicional* entre prazer e desprezer, leveza e não-leveza, jogo que é potencializado pela música que os organiza simetricamente; ademais, na cena há *dois tipos* de bebedores, um indivíduo que bebe a cerveja quadrada e faz o som “bum” ao engolir – indivíduo de idade e perfil físico diferente dos demais bebedores – e aqueles que, jovens e esbeltos, bebem a cerveja redonda e fazem o som “ahhh...”; ambos são fontes sonoras intracampo (emissores de som que se podem ver) e que participam da música cantada.

Observe-se, a respeito da *narratividade da marca* originando elementos sonoros do TAT, a sonoridade da palavra *Skol* e a ação de abrir uma lata ou garrafa de cerveja, o equivalente a um *programa narrativo embutido na sonoridade*: o *s* inicial referente à primeira abertura da tampa (saída do gás); o *Kol* referente ao estampido final com a saída da tampa e o som grave e durativo da vogal e sua terminação (o som de dentro do recipiente aberto). O *programa narrativo* em busca do prazer de beber a cerveja e a *prova positiva* do sabor estão representados pela sonoridade expirada (ahhh...), então *oposta* (no TAT construído sobre a canção) ao som das marcas concorrentes.



## 5 CONCLUSÕES

### 5.1 OBSERVAÇÕES TRANSVERSAIS SOBRE TEMPO E PASSIONALIDADE

Ao iniciar as conclusões desta tese, a atitude mais cabível parece ser a de tentar dar conta da hipótese de trabalho que a animou e se constituiu, segundo cremos, no fio condutor da pesquisa. A atitude de responder pela hipótese, como não poderia deixar de ser, corresponde a considerar referências centralizadoras que têm por base as análises empíricas realizadas. Como se sabe, essas análises dos TATs, recém expostas no final do Capítulo 4, estão orientadas ao tempo interno de cada texto e à percepção do funcionamento da hipótese nos limites do texto individual analisado.

Tal pontualidade analítica em cada texto carece ainda de um olhar para o funcionamento da hipótese nos TATs, em perspectiva de conjunto. Para dar conta desse olhar, as *observações transversais* tentam compreender elementos e aspectos fortemente interdependentes: as análises em visão de conjunto, a hipótese e as categorias temporais nesse conjunto, num primeiro momento; além de mostrar



esses elementos, as observações transversais têm função coesiva na tese. A partir dos primeiros elementos transversais teremos terreno para encaminhar outras conclusões mais gerais, próprias de um segundo nível de transversalidade, as que o estudo agora permite formular e, assim, pensar espaços a serem ocupados pelo seu prosseguimento.

Logo se pode identificar, vendo o conjunto de TATs, o destaque de *uma categoria temporal* nas narrativas: é a do *tempo cinematográfico*. A síntese que se segue dos resultados analíticos demonstradores da emergência desse tipo de fenômeno temporal mostra também que ele ocorre em *momentos centrais* das narrativas, nos quais a mensagem sensibiliza estabelecendo uma passionalidade específica e marcante.

No TAT da Renner, a *antecipação* está disseminada em diferentes modos de transformações antecipativas do tempo no discurso, ligando-se à *surpresa* do desfecho e aos demais traços passionais da atriz desejosa por antecipar as compras natalinas; está inscrita na globalidade do texto, com processos temporais (musicais) antecipativos: a *antecipação* assim é resultado da *aceleração*, pertencente, portanto, ao tempo cinematográfico.

No TAT da BrasilPrev, os conteúdos passionais da história nostálgica e da música parecem funcionar *tensivamente* com a *surpresa* do tempo fílmico, tempo agente produtor da presença assustadora no presente. A *tensão* entre uma dimensão temporal *mnésica* e a dimensão *cronológica*, ao se fazer por um corte abrupto, estabelece um acento intenso que rompe com a relação de um passado que vai se presentificando (tempo mnésico) para estabelecer um “presente presentificado” (tempo cronológico): é a *aceleração* acentuada desse processo que nos faz perceber a tensão entre o mnésico e o cronológico. No processo *acelerado*,

o telespectador é jogado para *fora* da dimensão mnésica, vale dizer, para fora do “Cinema Paradiso”, de encontro a um chocante “real” presentificado que sustenta o conselho de fazer um plano de aposentadoria.

O TAT da Brahma Bock, no desfecho em que a *marca* se apresenta como solucionadora do impasse criado (parada musical) por um gosto *repugnante*, faz surgir o tempo cinematográfico da *aceleração* – aceleração consagrada da marca. É como se o TAT se acelerasse para promover a saída do impasse criado pela fabricação mal-sucedida e consagrar o encontro com a Brahma Bock, realizadora do propósito de beber uma boa cerveja.

No TAT do PT, o *slogan* “Agora é Lula”, tendo um objeto móvel como suporte, finda uma enunciação verbal abruptamente, fazendo um corte pertencente ao tempo cinematográfico da *aceleração*: é a *premência* que determina um final sobreposto à argumentação encerrada abruptamente pelo *slogan*, afirmando o momento de decisão eleitoral (“Agora é...”). No TAT “Ordem e Progresso”, a aceleração ocorre apenas como tempo musical de fechamento, isto é, ocorre por conta do formato composto pela aceleração na euforia do final feliz.

Os TATs da Brastemp e dos Correios, na segunda fase formal, se *aceleram* para compor o tempo de fechamento. A aceleração dessa fase introduz a marca ou produto para também confirmar/comentar, num plano superior ao dos personagens, o caráter humorístico das cenas anteriores: na *aceleração* desse tempo de fechamento, o sentido do texto se completa, em virtude do comentário verbal e do gênero musical empregado. A aceleração também aparece nos TATs da Philco e Skol através do *ritmo da marca* – embora ocorra, nestes casos, em valores semióticos menores ligados ao canto ou à fala. O *slogan* “Têm coisas que só a Philco faz por você”, lançado ao final do TAT, faz também *descontinuidade*

*acelerada*, assim como a *marca*, ao ser impressa, interrompe e pontua a seqüência verbal dos agentes na fábrica. No TAT da Skol, que se organiza em função da música, é o canto que se compõe em síncopes musicais: elas são um fenômeno temporal acelerado que antecipa acentos e durações das unidades métricas seguintes.

Como podemos ver, o processo cinematográfico da aceleração, recorrente nos exemplos analisados, tem relação direta com (1) aspectos formais – da forma esquemática linear – que envolvem a marca, produto ou idéia que o TAT apresenta; (2) o modo de construção dos efeitos passionais pelo enunciado ou pela enunciação, (3) com os processos sonoros e verbais (rítmicos) geradores de sentidos nos quais os traços passionais se originam dessas semióticas especiais. Este último item se mostra com os TATs da Philco e do PT (“Agora é Lula”): respectivamente, a excelência pomposa e a premência são geradas com processos rítmicos construídos com a fala humana e os efeitos de composição fílmica.

O tempo cinematográfico acelerado ocorre na *glorificação* da marca, produto ou idéia (Brahma Bock, Renner, Brastemp, Correios etc.), atuando na parte formal denominada tempo musical de fechamento e como aumento na velocidade fílmica, andamento e/ou densidade musicais. O sujeito em disjunção, separado de seu objeto de valor, assim se apresenta inicialmente para depois, de alguma maneira ligada à glorificação, entrar em conjunção com o objeto buscado. Isso ocorre na parte final chamada tempo do fechamento, graças àquilo que o TAT promove e que vem a se constituir no momento de glorificação que se faz com o tempo da aceleração.

O tempo acelerado, além de atuar na glorificação da fase final, se correlaciona com modos distintos de realizar a passionalidade. Há o modo mais

centrado no enunciado, na história contada, onde o sujeito é narrado em estados distintos em relação ao objeto de valor, em aproximação ou afastamento, gerando os efeitos passionais que são apenas acompanhados por alguma espécie de aceleração; o outro modo é mais centrado na enunciação fílmica, em seus efeitos audiovisuais que atuam em primeiro plano como geradores dos efeitos passionais. Esses modos têm relação com duas formas de perceber o tempo na análise, tratadas a seguir.

A exemplo dos TATs da Renner e da Brahma Bock, o sentido temporal-passional se forma e emerge com base em ações de atores: podemos ver e acompanhar atores entendidos como sujeitos semióticos; esse acompanhamento, centrado nas ações humanas visíveis e audíveis, faz com que aquela figuratividade-incomunicabilidade do tempo (referida no Capítulo 3) aconteça mais velada e eficazmente, por conta do plano narrativo com ações *no* tempo que ocupam proeminência na percepção.

De outra forma, quando os sujeitos semióticos não são desempenhados por atores humanos, mas sim pelos actantes não humanos em ação comparável àquela exercida por atores, a percepção temporal funciona diferentemente: no TAT da BrasilPrev, pode-se destacar o *eu* interno da história contada (Orson Welles) associado a entidades musicais (o motivo musical que se desenvolve com o *eu*); a enunciação fílmica, associada ao *eu da enunciação* que controla as manobras temporais, faz continuidade e sofre a descontinuidade final. As formas audiovisuais da música e legenda, em conjunto, e a imagem do fotograma final, sendo as que também os actantes assumem em suas ações, favorecem mais a percepção do tempo.

Essas duas formas distintas de percepção do tempo – a ação desenvolvida por atores humanos (a que se relaciona à ação *no* tempo na narratividade) e aquela que envolve a ação de atores não humanos, especialmente a ação *do* tempo – são co-ocorrentes tanto aos dois modos de produção passional, centrados ou no enunciado ou na enunciação, quanto ao tipo de sujeito que atua nos TATs. Doravante, após esses elementos discursivos apontados, terão lugar as conclusões que dizem respeito à ação – temporal – em comunicação, dentro da perspectiva comunicacional iniciada nos Capítulos 2 e 4.

## 5.2 A (IN)COMUNICAÇÃO DA TEMPORALIDADE: O CONFRONTO DOS TEMPOS

Lembremos alguns elementos sobre comunicação até agora expostos na tese, buscando, ao mesmo tempo, dar curso à reflexão. Em 2.2.1, buscou-se desenhar a noção do *olhar comunicacional*, definida então como um *entrecruzamento* de três dimensões: *interação*, *discursividade* e *sociedade*. A complexidade das relações que se estabelecem nas dimensões pode ensejar muitas leituras distintas e relacionadas; entre elas está a que tenta fazer, como se segue, a aproximação do objeto temporal específico com a noção.

É evidente que a dimensão da *discursividade* faz gravitar em torno de si o *objeto temporal* estudado, o que equivale a dar maior importância a essa dimensão; tal importância, entretanto, não deve perder de vista o entrecruzamento necessário à noção comunicacional e os níveis em que ele pode ser observado em cada uma das três dimensões. É no *nível* da discursividade então que o objeto propõe um entrecruzamento das dimensões *social* e *interacional*: elas respectivamente aparecem como *situação social* dos macro-sujeitos sociais ( $S_1$  e  $S_2$  do modelo

comunicacional de 4.4) e como relações discursivas internas projetadas pela *situação comunicacional* no discurso.

A situação social está limitada, nas análises, pelas informações breves sobre o cenário social, aparecendo no início e, por vezes, ao longo dos textos analíticos. Para que a situação social seja assim compreendida, nos limites restritos em que ela é considerada, as análises contam com conhecimentos prévios do leitor acerca do mundo sócio-cultural envolvido.

Configuram-se assim as cenas sociais que compreendem anúncio no período do natal (Renner), as relações político-partidárias (disputas entre PT e PSDB), ações no trabalho (Brahma Bock, Renner, BrasilPrev, Philco), e assim por diante; mas, sobretudo, são as relações interacionais entre sujeitos confrontados – projetadas pela situação social – que se configuram nas cenas sociais assim descritas, relações de *confronto* no trabalho de *convencimento* que fazem o pano de fundo da análise dos TATs.

A *(in)comunicação*, no título desta seção, não apenas lembra a *figuratividade* segunda do jogo comunicacional (a incomunicabilidade da estratégia), mas obriga a responder sobre *como* acontece o confronto e o convencimento nos TATs, especialmente, em termos do objeto construído. A incomunicabilidade do tempo é a incomunicabilidade da estratégia atuando, do ponto de vista do objeto, naquela zona de funcionamento da projeção, comentada em 4.4.

Essa incomunicabilidade consiste então num *jogo discursivo* em que o sujeito social projeta no discurso um conjunto complexo de idéias, sujeitos, objetos e valores e passionalidades; tal *projeção*, embora apoiada no plano explícito do que é dito ou mostrado, encontra sua potência maior nos sentidos construídos num *segundo* plano das mensagens. Neste plano segundo atua o *jogo tensivo* de tempos

e paixões que se acreditam eficazes para convencer o telespectador a comprar ou a fazer adesões ideológicas. Antes de uma maior explicitação desse jogo tensivo enquanto jogo temporal, é preciso ainda tratar de aspectos da passionalidade nos TATs.

Os estados de conjunção ou disjunção com objetos de valor e a passionalidade a eles associada funcionam, nos TATs, como uma espécie de *sanção* que o destinador (enunciador) quer ofertar ao enunciatário – projetando a manipulação –, premiando a posse do objeto com a passionalidade eufórica ou condenando com a passionalidade disfórica quando a posse não é atingida; por sua vez, o objeto (ideal ou material) que o TAT apresenta para nos convencer se mostra sempre desejável como gratificação passional advinda da adesão ideológica ou do uso que derivaria da compra proposta.

A projeção das conjunções e disjunções e de seus efeitos passionais no enunciatário se faz então por meio de *passionalidades sancionadoras eufóricas e disfóricas*. As eufóricas são resultantes do uso do produto ou da adesão ideológica, pondo o sujeito em conjunção com o objeto de valor; as disfóricas resultam do não uso ou da não adesão.

Interessante ver que há passagens da passionalidade disfórica à eufórica e permanências na euforia ou na disforia. Os TATs da permanência eufórica são os da Renner, Skol, Brastemp – TAT com a dupla masculina –, PT “Ordem e Progresso e “Agora é Lula”, Philco; da disforia à euforia: Brahma Bock, Brastemp – TAT do menino de castigo e o da família reclamando –; da permanência disfórica: BrasilPrev. Em todos esses casos é importante notar que o tempo cinematográfico está sempre presente na segunda fase, seja ela eufórica ou disfórica; ele atua junto à

passionalidade sancionadora. O tempo cinematográfico se confronta com um tempo rítmico anterior (ou mnésico) e esse *jogo* tensivo é o *confronto dos tempos*.

Pode-se dar um exemplo com o TAT da Renner. Nesse caso, qual é o confronto temporal-passional? A *surpresa* da equipe pela antecipação da propaganda e das compras na Renner e o *desejo caprichoso* realizado da atriz sancionam positivamente aquele telespectador que desejar o objeto e também antecipar as compras de natal.

O capricho da atriz alinha-se com a antecedência que se requer de uma ação prudente bem-sucedida (sanção positiva), evitando assim o “deixar tudo para a última hora”. Sabe-se que, no Brasil, há o dito de que “brasileiro deixa tudo para a última hora”... A inércia nas compras de natal ainda não realizadas é *confrontada* pela aceleração do tempo que propõe as compras *antecipadas*.

*Confronta-se* o tempo acelerado com aquilo que tende a esperar, tanto no aspecto do *tempo discursivo* (o rítmico no programa da gravação) quanto no aspecto do *tempo da ação* esperado em relação ao telespectador. A aceleração se confronta com o rítmico. É um confronto sutil em que o sujeito enunciador exerce sua projeção para que a telespectadora (ou telespectador) esteja à altura de um gesto de estrela.

No TAT “Ordem e Progresso”, com a calma e a serenidade apregoadas nos primeiros meses de governo, o tempo rítmico *confronta-se* com o tempo final de fechamento, quase imperceptível em sua aceleração, expressando a calma desejável por parte de um eleitorado consciente de que as mudanças sociais devem ser gradativas – o que vem a contrastar, embora em outra situação frente ao eleitor, com a celeridade premente apregoada com o “Agora é Lula”. E assim sucessivamente os exemplos dos confrontos temporais poderiam seguir com os demais TATs.



O tempo agente (sujeito temporal) põe em jogo, em *comunicação*, as ações semióticas que respondem aos mecanismos de sentido caros aos sujeitos sociais em interação. O TAT faz interação entre os macro-sujeitos sociais (anunciante-telespectador) e *é construído pelo confronto dos tempos que se combatem e jogam entre si*, projetando sobre o telespectador as passionalidades sancionadoras.

A temporalidade faz confronto em si mesma. Em seu funcionamento semi-simbólico, ela também *faz* o confronto (convencimento) que se quer estabelecer entre os atores sociais (anunciante-telespectador; empresas concorrentes) e actantes (sujeitos, objetos, marcas, produtos e idéias). A temporalidade do TAT é um agente discursivo de ação comunicacional midiática. Em sua natureza semiótica, o sujeito temporal, no TAT, faz o jogo – confronto de tempos – para expressar e potencializar sensivelmente as sanções passionais ligadas aos objetos de valor ofertados pelo TAT e, assim, ser partícipe ativo no mundo social em seus confrontos e jogos comunicacionais.

### 5.3 OBJETO TEMPORAL AUDIOVISUAL: A PERCEPÇÃO DE MOMENTOS

Os TATs analisados permitem dizer que neles se manifesta um jogo discursivo organizado globalmente, mas com evidentes manifestações localizadas. A passionalidade se organiza pelo trabalho de conjunto e se revela de modo pontual por *processos cinematográficos* (tempo sistêmico visto em 4.5), notadamente em *eventos marcados* ou “picos emocionais” por *aceleração*. Até o momento, as análises discursivas, em seu modo de abordagem global, direcionaram as observações. Doravante, embora apoiadas no trabalho dessas análises, as observações sobre

objeto audiovisual e passionalidade seguem um outro viés, com base em manifestações localizadas no discurso.

Se definirmos que a emoção é um evento momentâneo, cuja duração é mais curta do que a de sentimentos e de paixões (mais longas) que dominam a vida do indivíduo; que a passionalidade (emoção, sentimento, paixão) estabelece uma ação mobilizadora, com foco localizado no caso da emoção, com muitas conseqüências na ação humana; que a passionalidade humana, uma vez posta em discurso, transporta suas estruturas temporais para ele, veremos então que a *análise do tempo*, reveladora do momento, do instante e de sua irradiação que se expande na totalidade discursiva, é um meio de observação da passionalidade ligada às ações postas em discurso; é ainda um meio de observar a globalidade discursiva que cria sentidos, não-ditos no primeiro plano das mensagens, mas que respondem pelos objetivos mais caros à ação comunicacional humana.

O viés desse tipo de observação – talvez passível de ser chamado de *antropo* ou *psicologizante*, no sentido de que tenta perceber algo da dimensão passional do ser humano pelo estudo do discurso – quer implicar, segundo determinado ponto de vista, no problema da “realidade” de uma ação filmada (documental ou ficcional). Parece precária a distinção costumeiramente aceita entre “realidade e ficção”, entre outras; além disso, é o próprio *conceito* de realidade que permanece em falta nessas distinções: somente ele iria requerer uma discussão filosófica desde o início do problema. Contudo, superadas ou não as dificuldades do viés, parece que ainda assim é lícito reconhecer o interesse daquelas Ciências Humanas que veriam nesse objeto temporal-passional uma forma singular de ação comunicacional a ser estudada.

Por ora, cabe supor que se a forma dos TATs coloca o evento marcado em relevo para surgimento da passionalidade principal – a exemplo da *surpresa* junto à antecipação da atriz e ao processo de *antecipação* do tempo (acelerado) *no* discurso (TAT da Renner), ou como um *presente assustador* trazido à tona pela enunciação que, antes, nos fazia mergulhar num passado através de processos (narrativo e musical) construídos com o tempo mnésico (TAT da BrasilPrev) – ela certamente pode ser estudada por analogias estruturais entre, de um lado, o *objeto temporal-passional* da audiovisualidade e, de outro, o viés da *constituição* ou da *natureza* passional humana, em quaisquer dos níveis de realidade considerados.

Antes da colocação desse problema que não é alheio ao projeto de cientificidade da semiótica greimasiana, uma vez que ela tende a estabelecer relacionamentos substanciais com o conjunto de saberes tributários da teoria do sentido, é preciso salientar a capacidade das categorias temporais empregadas na apreensão da dimensão passional. Os resultados analíticos já mencionados fazem perceber a correlação entre a passionalidade criada e os processos cinemáticos nos TATs.

No que se segue, salientando as categorias dos tempos cronológico e rítmico, teremos em vista um dado de correlação entre forma temporal mensurável como uma espécie de segmentação natural e a emergência de momentos sucessivos – incluindo aquele do *pico emocional* – funcionando em alguns textos observados.

O conjunto de TATs, tomado agora em consideração para tratar desse dado (TATs da Nextel, Fortilit, Campanha de combate ao álcool), não é o mesmo usado nas análises do Capítulo 4. A busca de um outro conjunto e o trabalho nele realizado permitem dizer que a observação desse dado mensurável poderia ser testada em qualquer outro conjunto, com boas chances de confirmação. O dado observado

consiste num *ciclo de 7 segundos*, medido a partir de um evento marcado, e no entendimento dos *momentos* que se sucedem no texto até o momento do pico emocional.

Contados 7 segundos a partir de um evento marcado qualquer (ou seja, o primeiro dos 7 ocorrendo numa inflexão tonal ou rítmica na fala, num corte fílmico, em ataques musicais etc.), formam-se *ciclos rítmicos* a cada 7 segundos; o início dos ciclos terá incidência em outros eventos marcados, ou seja, em torno do primeiro ou do sétimo segundo de cada ciclo, novo evento marcado irá ocorrer. Essa pulsação dos segundos corresponde ao tempo cronológico; o ciclo de 7 corresponde ao tempo rítmico. Importante registrar que o início da contagem, no primeiro segundo do ciclo, pode ocorrer desde o início do texto, no primeiro segundo da duração total; ou pode ocorrer – como muitas vezes parece ser a melhor contagem – a partir de um evento marcado que não seja o inicial.

O efeito resultante geral perceptível enquanto se analisa o TAT fazendo a contagem é o de uma curiosa coincidência entre o início do ciclo e um novo evento marcado; é como se fosse uma segmentação natural entendida como *pontuações audiovisuais cíclicas*. Ora, o que se apresenta aqui é algo semelhante a uma *medida de momentos* que vão sendo construídos numa sucessão que conduz ao pico emocional correspondente ao evento marcado de maior relevância. Abre-se assim caminho para o estudo desses momentos que duram 7 segundos e configuram a construção da passionalidade global, no movimento cíclico do discurso, e localmente, na emergência dos picos emocionais.

Os momentos cíclicos de 7 segundos são reveladores de uma forma temporal configuradora de algo intrínseco à *percepção de momentos*. Trata-se supostamente de uma forma intrínseca da percepção que define a duração do momento em 7

segundos. Isso constitui a proposição de que se percebe naturalmente um *novo momento* a cada ciclo de 7 segundos.

Esse dado sobre a percepção de momentos é pertinente para se pensar o objeto do tempo na audiovisualidade naquele viés *antropo* ou *psicologizante* que conclama a discussão do problema colocado mais acima. A questão da *realidade no/do filme*, de cunho primordialmente filosófico por conta da noção de realidade, deveria se encontrar, em algum ponto, com a noção de *antropológica* em Sodré (Cf. Capítulo 3): ela se apresenta como *nova* ciência para entender a mídia como *bios virtual*, *estruturadora* ou *reestruturadora* de *percepções* e *cognições*.

Cabe então perguntar se a antropologia visual não oferece, de fato, condições para o estudo da realidade filmada e se ela precisa se constituir em algo novo; as reflexões da ordem da audiovisualidade sobre o filme etnográfico (FRANCE, 1998), respeitadas todas as distâncias e proporções entre o *etnográfico* e o estudo *midiático*, parecem oferecer muitos subsídios para este último, especialmente para a problematização da *realidade audiovisual*; no que concerne à observação de que existem pontuações audiovisuais correlatas à percepção de momentos – sugerindo a requalificação ou reestruturação no sentido da *antropológica* ou em outro sentido que a ela se contrapõe – é melhor estudar esse dado na perspectiva do viés que aqui se esboça. A propósito do dado psicológico da percepção, o estudo de uma realidade filmada parece ir além da simples introspecção, confirmando o viés.

A observação, sobretudo, parece indicar claramente a viabilidade heurística da hipótese, isto é, o tempo como expressão da dimensão passional humana é apreensível no objeto da audiovisualidade e, ainda, dá margem a pensar sobre essa dimensão humana no objeto. Sendo visto pela dimensão do discurso, o caso dos momentos cíclicos nos TATs, constituído no objeto *tempo na audiovisualidade*,

acena com uma forma de percepção que se pode investigar em outros gêneros audiovisuais.

#### 5.4 PERSPECTIVAS E AVALIAÇÕES FINAIS

O objeto do tempo na audiovisualidade requer uma análise que envolve a TV diferentemente dos enfoques mais usuais. Estes costumam versar sobre comunicação ou sobre o meio de comunicação em geral, segundo perspectivas estéticas, políticas, econômicas, culturais, etc.; o *tratamento do objeto audiovisual* na tese coloca-se numa perspectiva analítica diferenciada e, ao mesmo tempo, complementar a todas as outras, entre outras razões, pelo *esforço descritivo* aplicado aos materiais midiáticos. O tratamento parece ser diferenciado por tentar abordar com certa acuidade analítica o material midiático, fortalecendo a abordagem empírica de pesquisa.

Acredita-se que o espaço deixado entre as abordagens internalista e externalista (Cf. Introdução) tem sido construído, dentre aqueles enfoques mais usuais, com predominância desta última abordagem. Por sua vez, o enfoque analítico aqui perseguido busca se fixar no *eixo da discursividade*; ainda que internalista, como diz Bourdieu, ele traz a promessa de se estabelecer como pólo de observação onde o funcionamento do *conceito de campo* oferece uma síntese superadora especial, pela direção *necessariamente ascendente* que o estudo da discursividade tende a tomar com o conceito de campo, ligando o discurso ou a textualidade a estruturas e processos sociais e culturais, *sem cair* no problema do curto-circuito.

A proposição parece justa na medida em que sua direção estabeleça uma via mais bem construída a partir de um pólo de natureza empírico-discursiva, servindo

de base a uma abordagem ascendente sem maiores riscos desviantes na análise do produto cultural, evitando fazer deste produto mera ilustração de teorias usadas nas abordagens que parecem descendentes, à primeira vista.

Os resultados sobre a *aceleração* nos TATs apontam para algumas *noções adjacentes* ao objeto da tese que foram usadas no Capítulo 3. Como desconsiderar a evidência da *correlação* entre *aceleração* e *passionalidade* e o que se configurou como o *tempo do ethos midiático*, especialmente quanto às formas perceptivas e cognitivas? Tal correlação seria pertinente com a *aceleração em processos sociais*, o que tem sido chamado de aceleração na hipermodernidade e tempo do consumo (LIPOVETSKY, 1989, 2004). Não pertencerá a esta ordem de fenômenos a temporalidade pensada (por Martín-Barbero e Rey) dentro de uma *hegemonia audiovisual* (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001)? As questões exibem muitos desafios a serem vencidos com as diferentes abordagens e com um modo de análise em que os materiais midiáticos não figurem apenas como ilustração de teorias.

Com isso dizemos tão-somente que o modo de análise da tese orienta-se por certos princípios, valores e conceitos que a nós parecem afinados com a prática de pesquisa conveniente ao campo comunicacional. É bem possível julgar que abordagens genéricas e teorizantes venham em prejuízo de um trabalho descritivo e de maior apoio empírico. Crê-se que a pertinência desta proposição está ligada à avaliação e aos direcionamentos que o campo comunicacional queira discutir e deliberar; nesse sentido, para se inserir no processo avaliativo do campo, a tese aqui se coloca nessa perspectiva.

Tende-se a concluir que o *modo de análise* usado é *generalizável* porque, quer se considere a TV, o cinema ou os novos meios, quer os diferentes lugares onde se encontra o fenômeno da temporalidade/audiovisualidade em construções

narrativas, as *condições básicas de funcionamento do tempo* são *suficientes e necessárias* para se pensar a aplicação e desenvolvimento da metodologia obtida na tese. As condições são necessárias porque o modo de análise se dirige a uma forma audiovisual geral que, para além das diferenças formais entre gêneros e formatos, persiste generalizável enquanto *dimensão intrínseca* dos textos; suficientes porque, se tal dimensão foi contemplada na construção do objeto e nas bases metodológicas do estudo realizado, é possível *avaliar seu poder heurístico* em novos experimentos e pesquisas.

A passionalidade e a temporalidade estão a serviço de diferentes funções e elementos, conforme *gênero, meio e outras especificidades da comunicação*. Pode-se dizer que, *grosso modo*, tempo e passionalidade estão a serviço da notícia, no caso do telejornalismo; no caso da novela e do filme, a serviço do drama; no caso dos TATs, eles estão a serviço do *fazer crer* no produto, serviço ou idéia.

Então é possível prever que o objeto temporal-passional construído possa se desenvolver de modo a investigar os *diversos usos do tempo e da passionalidade no meio televisivo*. Nesse aspecto, o *corpus* de publicidade-propaganda, predominante neste estudo, poderia gerar um *estudo comparativo* com outros gêneros discursivos, dentre eles, o *discurso político* na televisão.

Se a TV, em seu fluxo, é marcada pela rapidez, fragmentação, dispersão, contrastando com o bom discurso político que, desde a Grécia Clássica, caracteriza-se pelos rituais específicos, pela forma argumentativa, pela integridade e sua duração, resultantes do trabalho pela coerência das idéias etc., como entender que a TV tenha se tornado oficialmente na *arena eletrônica* da vida política hodierna? No Brasil, sob os auspícios do Poder Judiciário, temos propaganda eleitoral obrigatória e propaganda política instituídas na TV.



Inicialmente, seria fácil responder que a arena política televisiva é uma opção óbvia da sociedade do espetáculo; o discurso político tradicional seria “transformado” num discurso espetacular. Mas, embora razoável, a resposta requer maior explicitação; avançando, vê-se implícita a questão acerca do *que é o espetáculo, no que ele consiste e como funciona* – não esquecendo que, desde sempre, traços espetaculares (da verbalidade-visualidade na oratória, da teatralidade na interação presencial) são elementos componentes do discurso político.

Quanto ao objeto desta tese, é razoável que a hipótese – tempo e audiovisualidade como hipótese geral nos estudos midiáticos – induza a refletir sobre a análise temporal da *forma do discurso audiovisual* que está presente nos diferentes gêneros e formatos da TV, entre eles, as novelas, os jornais e a propaganda política; que *esta forma é constituinte* fundamental do espetáculo que a TV realiza em seus diferentes gêneros discursivos e formatos de programas. Tal indução não é apenas teórica. Também é motivada *socialmente*. Tal motivação se compreende na medida em que a *forma* audiovisual, composta pela capacidade poderosa de funcionamento do tempo e das paixões humanas, pode ser reconhecida como um dos *atrativos fundamentais* que fazem da TV uma arena política hodierna.

Em 2005, a Justiça Eleitoral brasileira, motivada por fatos demonstradores dos riscos de desvios da legislação eleitoral e querendo melhor controle de gastos nas campanhas partidárias televisivas, empenhou-se em *pensar novas normas*; elas vão explicitamente *de encontro à “espetacularização”* do discurso político na TV: restrição aos recursos técnicos tipicamente publicitários nos programas políticos televisivos (montagem, diversificação de cenas, reportagens, espetáculos artísticos, externas, etc.). A restrição iria assim atingir aqueles objetivos da Justiça Eleitoral

dedicados a diminuir os riscos de desvios éticos e de não cumprimento das regras de financiamento de campanhas partidárias.

Ora, o que entra em jogo aí também, com amplas *implicações políticas e sociais*, é justamente *a mudança na forma* audiovisual dos programas eleitorais: de um discurso audiovisual diversificado em cortes, planos, cenas, falas e músicas, portanto, elaborado em sua construção temporal; para um discurso que tende a orientar-se, no limite, por um plano fixado no falante, contando com sua capacidade de argumentação; isso equivale a um texto cuja temporalidade, sobretudo, depende da fala e, assim, desprende-se da espetacularidade midiática – o TAT “Agora é Lula” seria um exemplo disso, se não fosse o efeito gráfico final que traz o *slogan*; o TAT “Ordem e Progresso”, ao invés, apresenta-se de acordo com a forma audiovisual espetacular.

Além de indicar o retorno à fala política tradicional, a reflexão da Justiça Eleitoral dá a entender que a “não espetacularidade” reside também na forma audiovisual de baixa ou nenhuma construção temporal; assim quase se ausentariam da TV alguns dos seus processos audiovisuais mais próprios, a saber, os que relacionam a *espetacularidade* – cujo *teor passiona*l é evidente – e a *temporalidade do discurso televisivo*.

É claro que essas observações não se baseiam em gêneros e formatos diferenciados, estudados a propósito das conclusões. Mas se é verdade que elas figuram aqui apenas como *argumentação* sobre forma audiovisual e o objeto desta tese, não é menos verdadeiro também que o objeto temporal construído, na maioria dos aspectos mais importantes, foi beneficiado pela análise circunscrita aos TATs, gerando uma experiência metodológica que promete alguma *expansão da hipótese* neles usada. Assim, essas observações procedem como *perspectivas* do objeto

audiovisual construído ter justificada sua pretensão de pertinência ampla nos estudos midiáticos, visto que a perspectiva de generalização da hipótese e a pertinência ampla precisaram ser aqui contempladas com base no estudo restrito realizado.

Há um *engano divisionista/empiricista* segundo o qual tudo o que se estrutura na tese se destinaria unicamente ao desenvolvimento analítico na “parte empírica”, onde as análises textuais são mostradas; assim se esquece do *valor* principal que reside, antes, na *organicidade* do todo em prol daquela demonstração analítica encerrada na parte. O valor baseia-se no equilíbrio dos diversos aspectos da tese (desenvolvimento do problema, metodologia, análise empírica, epistemologia), os quais respondem por sua maior ou menor organicidade.

Do ponto de vista dos diversos aspectos, pode-se avaliar que este trabalho obteve desenvolvimento de modo a permitir que o conjunto seja visto em sua organicidade. Sendo ela existente, as falhas na “parte empírica” poderão ser consideradas com base naquele valor e daí corrigidas em cada aspecto da tese carente de reparo. Tratemos, finalmente, de dois elementos (*corpus* e categorias) que implicam na correção e no valor comentados.

A composição do *corpus*, tal como foi pensada no estudo, não resultou decisiva na tese; as conclusões não parecem advir de uma análise circunscrita ao *corpus* e à lógica dele decorrente. Outro fator associado a esse posicionamento consiste no tempo consumido na reflexão teórica e na formação do problema, buscando uma *profundidade* que se queria atingir. Esse cuidado prévio pode parecer demasiado agora, depois de transcorrido o processo; na medida em que, mesmo sem o nível de profundidade almejado, teria sido possível chegar mais próximo de uma lógica de *corpus*.

A mencionada busca por profundidade levava ao propósito de *usar as categorias temporais* dando conta de um nível muito alto de *coerência textual*. Para dar um exemplo, a busca propunha que fossem examinadas as figuras temporais em todas as semióticas, separadamente; o tempo de cada semiótica e sua relação com uma passionalidade que seria descoberta, apenas, nesse modo de exame. Na mesma direção analítica, queria-se chegar à demonstração do nível profundo em que as categorias têm base.

Muito tempo foi consumido para fazer frente àquilo que se pode chamar de uma *profundidade zilberberguiana* no TAT. Se, por um lado, o tempo dessa busca foi demasiado longo, em detrimento de uma composição mais numerosa de análises textuais, por outro lado, é preciso reconhecer que se ganhou melhor noção das *dificuldades e limites* que o problema de pesquisa enfrenta, em especial, no tocante a fazer com que uma abordagem restrita se dirigisse a uma abordagem mais ampla.

Daqui se pode concluir que a composição de outro *corpus* poderá aproveitar todas as lacunas aqui deixadas pelo estudo no sentido de fazer funcionar uma verdadeira lógica de *corpus*: a de um devido direcionamento do *corpus* para resolução – inclusive quanto ao aspecto numérico da representação – de aspectos centrais bem determinados do problema de pesquisa. Um possível critério poderá advir justamente da retomada das *categorias temporais*.

Usar as categorias de tempo de modo totalizante, englobando todas as manifestações semióticas do tempo *no* discurso, foi uma tarefa difícil cujo desafio, para essa etapa de doutorado, julgamos vencido, na medida em que se pôde experimentar um caminho no qual objeto e problema de pesquisa se animaram mutuamente.

Um uso importante a ser considerado, no entanto, foi a *oscilação nas abordagens ampla e restrita* das categorias de tempo. Diz-se ampla a abordagem porque as categorias temporais foram empregadas em diferentes níveis cujo âmbito é amplo; em diferentes conceitos e categorias mais vastos e mesmo desequilibrados em relação àquilo que deveriam ser, tomando em consideração os *níveis semióticos* analisáveis em sentido estrito (profundo, narrativo, discursivo). Nessa oscilação pode-se entender também a falta de uma melhor articulação entre o modo de interpretação geral usada nos TATs – do início do texto analítico até o estabelecimento do conceito nuclear – e o modo descritivo categorial do tempo.

As perspectivas de desenvolvimento deste estudo apontam para o exame das categorias temporais na condição de *categorias semi-simbólicas*, de modo que a análise se dedique a mostrar separadamente, em cada tipo de semiótica (verbal, imagética, sonora, musical, etc), as correlações sistemáticas entre expressão e conteúdo. Contudo, graças ao amálgama formado nas análises, torna-se possível interpretar, com maior rendimento analítico, os aspectos sintéticos em demasia, assim como analisar mais criticamente problemas e questionamentos postos aqui em perspectiva e avaliação.

## Referências Bibliográficas

AUMONT, J.; MARIE, M. **Dicionário teórico e crítico de cinema**. Campinas/SP: Papirus, 2003.

BACHELARD, G. **A epistemologia**. Lisboa: Edições 70, 2001.

BALOGH, Anna Maria. **O discurso ficcional na TV: sedução e sonho em doses homeopáticas**. São Paulo: Edusp, 2002.

BAUDRILLARD, J. **A troca impossível**. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

BETTETINI, Gianfranco. **La conversación audiovisual**. (tradução de Vicente Ponce) Madri: Catedra Signo e Imagem. 1996.

BORELLI, Silvia; PRIOLLI Gabriel (coord.). **A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência**. São Paulo: Summus, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. 5. ed. Campinas, SP: Papirus, 1996.

\_\_\_\_\_. **Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico**. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

\_\_\_\_\_. **O poder simbólico**. 6. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

\_\_\_\_\_. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BRAGA, José Luiz. "Lugar de Fala" como conceito metodológico no estudo de produtos culturais. In: **Mídias e Processos Socioculturais**. Produção do Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Centro de Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, novembro de 2000.

\_\_\_\_\_. **Interação & Recepção**. Texto disponível no setor de cópias do Centro 3, Ciências da Comunicação, Unisinos. Trabalho apresentado na IX Compós, GT Recepção, 2001a.

\_\_\_\_\_. Constituição do campo da comunicação. In: Fausto Neto, Prado e Porto. **Campo da comunicação, caracterizações, problematizações e perspectivas**. João Pessoa, Editora Universitária/UFPB, 2001b, p. 11-39.

BUCCI, Eugênio (org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da Globalização**. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

CAPPARELLI, Sérgio; STUMPF, Ida Regina. El campo académico de la comunicación revisitado. In: VASALLO DE LOPES e NAVARRO R. (comps).

**Comunicación: campo y objeto de estudio, perspectivas reflexivas latinoamericanas.** México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2001. Pág. 59-73.

CARVALHO, Nely de. **Publicidade: a linguagem da sedução.** São Paulo: Ática, 1996.

CHARAUDEAU, Patrick. A argumentação talvez não seja o que parece ser. In: Maria GIERING, Eduarda e TEIXEIRA, Marlene (orgs.). **Investigando a linguagem em uso. Estudos em Lingüística Aplicada.** São Leopoldo: UNISINOS, 2004, p. 33-44.

COMPARATO, Doc. **Roteiro para TV e Cinema.** São Paulo: Ática, 2000.

DELEUZE, Gilles. **A imagem-tempo (Cinema 2).** São Paulo: Brasiliense, 1990.

DUARTE, Elizabeth B. **Fotos & Grafias.** São Leopoldo: UNISINOS, 2000.

\_\_\_\_\_. Conversa com José Homero em atividades acadêmicas no Curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). São Leopoldo, 2002.

EISENSTEIN, Sergei. **O sentido do filme.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1990.

FABBRI, Paolo. **El giro semiótico.** Barcelona: Editorial Gedisa, 1999.

\_\_\_\_\_. **Come parla la pubblicità.** World Wide Web. [on line] 2001a <http://www.guaraldi.it/fabbri/interviste/pubblicita.htm>

\_\_\_\_\_. **Passione/Valorizzazione.** (Entrevistado por Lucrecia Escudero). In **Cruzeiro Semiótico**, Revista Semestral da Associação Portuguesa de Semiótica, n. 11-12, julho de 1989, janeiro de 1990, p. 9-15.

\_\_\_\_\_. ; MONTANARI, F. **Per una semiotica della comunicazione strategica.** World Wide Web. [on line] 2001b <http://www.guaraldi.it/fabbri/articoli/semios.htm>

FRANCE, Claudine de. **Cinema e antropologia.** São Paulo: Editora da Unicamp, 1998.

FLOCH, Jean-Marie. **Identités visuelles.** Formes Sémiotiques [collection]. Paris: Presses Universitaires de France, 1995.

\_\_\_\_\_. **Semiótica, marketing y comunicación. Bajo los signos, las estrategias.** Barcelona: Paidós, 1993.

FONTANILLE, Jacques. **Significação e visualidade: exercícios práticos.** Porto Alegre: Sulina, 2005.

\_\_\_\_\_. **Sémiotique du discours.** Limoges: Presses Universitaires de Limoges, 1998.

\_\_\_\_\_. **Les espaces subjectifs: introduction à la sémiotique de l'observateur (discours-peinture-cinéma).** Paris: Hachette, 1989.

\_\_\_\_\_. ; ZILBERBERG, Claude. **Tensão e significação**. São Paulo: Discurso Editorial Humanitas/FFLCH/USP, 2001.

FRANÇA, Vera. **Paradigmas da comunicação: conhecer o quê?** Ciberlegenda (*on line*), n.5, 2001a.

\_\_\_\_\_. O objeto da comunicação/A comunicação como objeto. In: Antonio Hohlfeldt, Luiz C. Martino, Vera França (orgs.) **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001b, p. 39-60.

GREIMAS, Algirdas Julien. A propósito do jogo (tradução de Elizabeth Duarte). In **Verso & Reverso**, Revista da Comunicação, Unisinos, ano XII, n. 27, 1998, p. 119-123.

\_\_\_\_\_. As aquisições e os projetos. In: Courtés, Joseph. **Introdução à Semiótica Narrativa e Discursiva**. Coimbra: Almedina, 1979.

\_\_\_\_\_. **Du sens II**. Essais sémiotiques. Paris: Seuil, 1983.

\_\_\_\_\_. ; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Cultrix, s.d.

\_\_\_\_\_. ; FONTANILLE, Jacques. **Semiótica das paixões: dos estados de coisas aos estados de alma**. São Paulo: Ática, 1993.

HEILBRUNN, Benoît. **A logomarca**. São Leopoldo: UNISINOS, 2002.

JOST, François. **“Vous Regardez Big Brother!”**. Forum-INA, 3,4,5 de julho de 2002.

LASSWEL. A estrutura e a função da comunicação na sociedade. In: COHN, G. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, Editora da USP, 1971. p. 105-117.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

\_\_\_\_\_. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2000.

MARTÍN-BARBERO, J.; SILVA, Armando. **Proyectar la comunicación**. Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1999.

\_\_\_\_\_.; REY, Germán. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2001.

MARX, K. **Contribuição para a crítica da economia política**. 5. ed. Lisboa: Estampa, 1977.

MERLEAU-PONTY, M. **Phénoménologie de la perception**. s/l. Gallimard, 1945.



MITIDIERI, Ricardo A. **Semiótica e música**. Dissertação de Mestrado. Curso de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Mestrado em Semiótica. UNISINOS, São Leopoldo, 1997.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. 2. ed. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

PARRET, Herman. **A estética da comunicação: além da pragmática**. Campinas, SP: Unicamp, 1997.

RAMONET, Ignacio. **Propagandas silenciosas: massas, televisão, cinema**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

RICOEUR, Paul. **Temps et récit**. Paris: Seuil, 1984.

SFEZ, L. **Crítica da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 1994.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho : uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

TATIT, Luiz. **Musicando a semiótica**. Ensaios. São Paulo: Annablume, 1997.

TOMÁS, Lia. **Ouvir o logos**. São Paulo: UNESP, 2002.

ZILBERBERG, Claude. Plaidoyer pour le tempo. In: **Le Devenir**, Collection Nouveaux Actes Sémiotiques. Limoges: PULIM, 1995, p. 223-241.

ZILBERBERG, Claude. **Raison et poétique du sens**. Paris: PUF, 1988.

## Vídeo

**50 anos de propaganda na televisão**. Museu Memória da Propaganda. *Sl. Sd.* Fitas de Vídeo n° 9 e 10. VHS. [coleção de vídeos disponível na Internet pela chamada "Museu da Propaganda"; Museu com sede em Porto Alegre - RS].

**Gravação da televisão aberta em fitas VHS** [pelo autor da tese]. Águas Claras, Viamão: 2002, 2003, 2004. Conjunto de 8 fitas em VHS. Duração: 30 horas.

