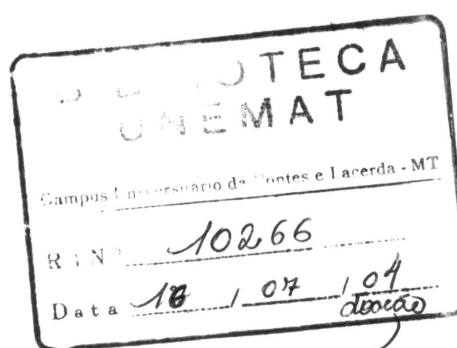


ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO - UNEMAT
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE PONTES E LACERDA
DEPARTAMENTO DE LETRAS

Giseli de Fátima do Nascimento

O TEOR E SIGNIFICADOS DE UMA IMAGEM



Pontes e Lacerda, fevereiro de 2004

Turnos. 2003/2

UNEMAT
Campus Universitário de Pontes e Lacerda - MT
BIBLIOTECA

Giseli de Fátima do Nascimento

O TEOR E SIGNIFICADOS DE UMA IMAGEM

Monografia de conclusão do curso de graduação em Letras, apresentada ao Departamento de Letras (DL) da Universidade do Estado de Mato Grosso - Campus Universitário de Pontes e Lacerda, como requisito parcial para a obtenção do título de graduação em Letras.

Orientador: Prof. Ricardo Marques Macedo.

Pontes e Lacerda, fevereiro de 2004

Esta monografia foi apresentada e defendida perante a seguinte banca
examinadora:

Local e data da aprovação

Dedico aos meus pais e minhas irmãs por
sempre acreditarem em mim, e por serem a
minha fortaleza.

Agradeço a Elaine, Sulamita, Eleones, Geisila, e principalmente ao Ricardo e Cleonice que estiveram perto de mim quando mais precisei.

SUMÁRIO

Resumo	02
Apresentação	03
1. Questões da teoria	04
2. O teor e significados de uma imagem	07
3. Considerações Finais	11
Referencia bibliográfica	12
Anexo	13

RESUMO

O presente ensaio monográfico apresenta uma análise de uma propaganda da Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel). Nesta análise me proponho a discutir sobre a mensagem que podemos refletir mediante a imagem proposta.

Observando sempre a parte verbal e não-verbal da mesma, e fazendo relações com os diferentes tipos de discursos.

Palavra chave: O silêncio

APRESENTAÇÃO

O presente trabalho é uma análise reflexiva sobre uma propaganda criada pela Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações), a qual me trouxe uma inquietude em relação do significado que a mesma tenta nos transmitir.

Para isso, busquei dentro da Análise do Discurso, de linha Francesa, subsídios para maior compreensão.

Este trabalho trata-se de uma pesquisa bibliográfica envolvendo obras e artigos de renomados escritores, que dedicaram o seu tempo em escrever sobre o referido tema, nos oportunizando uma reflexão aprofundada do verdadeiro sentido da imagem do texto apresentado pela empresa.

Por tanto busquei como ponto crucial da minha análise o entrelaçamento que há entre o discurso verbal e não-verbal, observando o ponto que é colocado entre religião e ciência.

Para esta análise focalizei principalmente a imagem, procurando sentidos para a mesma e tentar responder meus questionamentos, sendo ciente de que o discurso verbal seria a chave para o entendimento do não-verbal.

Para compreendermos de uma maneira mais clara este assunto dividimos este trabalho em dois capítulos.

No primeiro capítulo, buscarei demonstrar de uma maneira rápida e mais acessível a questão de como a análise do discurso trabalha em relação à fala, à escrita e à imagem, procurando diferenciar o que se entende de discurso verbal e não-verbal e mostrando os três diferentes tipos de discurso, o discurso autoritário, discurso polêmico e discurso lúdico.

No segundo capítulo, apresentarei a análise da propaganda em questão, buscando a compreensão do texto em relação ao que este se reflete na imagem estudada.

Dentro da análise busco analisar as cores e os símbolos apresentados, buscando um aprofundamento dos sentidos que este reflete no modo de pensar do ser humano em relação a criação do mundo e dele mesmo. Fazendo nos questionar a importância da linguagem em nosso cotidiano, seja ela visual ou escrita.

1. QUESTÕES DA TEORIA

Desde o surgimento da análise de discurso, de linha francesa, no final dos anos 60, construída pelo analista Michel Pêcheux, essa linha de estudos tem demonstrado ser um campo de pesquisa muito fértil. A análise de discurso surgiu na conjuntura política e intelectual francesa, marcada pela conjunção entre filosofia e prática política, já como um campo transdisciplinar. Atravessou fronteira e movimentou o campo das ciências humanas, constituindo-se hoje em uma disciplina transversal, tendo como objeto de estudo o discurso.

Segundo Orlandi, a análise de discurso, como seu próprio nome indica, não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso. A palavra discurso já possui em si a idéia de curso, de percurso, de movimento. O discurso é a palavra em movimento, prática da linguagem.

A Análise de discurso, a partir de agora A. D., estuda a língua tendo em vista a produção de sentidos, analisando o sujeito como membro de uma sociedade, relacionando sempre a linguagem à sua exterioridade. Como podemos observar na citação abaixo:

Levando em conta o homem na sua história, considera os processos e as condições de produção da linguagem, pela análise da relação estabelecida pela língua com os sujeitos que a falam e as situações em que se produz o dizer. Desse modo, para encontrar as regularidades da linguagem em sua produção, o analista de discurso relaciona a linguagem à sua exterioridade. (Orlandi, 2000: p.16).

Podemos observar que a A. D. trabalha de forma diferente da lingüística e Ciências Sociais, pois a lingüística trabalha a língua como algo fechado nela mesma e também não leva em consideração o estudo da materialidade histórica proposto pelas Ciências Sociais, a análise de discurso analisa a língua através de sua materialidade, do sujeito que a produz e do mundo em que se encontra este sujeito.

Orlandi *apud* M. Pêcheux diz que: “*não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido*”. Nos deixando implícito que o discurso se centraliza na ideologia e no sujeito que o produz.

A A.D. não analisa o texto, como algo apenas ilustrativo ou documental, mas sim de forma simbólica possuidora de sentido próprio e significativo, como podemos observar na citação abaixo:

Ela produz um conhecimento a partir do próprio texto, porque o vê como tendo uma materialidade simbólica própria e significativa, como tendo uma espessura semântica: ela o concebe em sua discursividade. (Orlandi, 2000: p.18)

A língua é algo que está em constante mudança, movimento, há sempre um discurso ligado a outro e a outro, sem que haja uma pausa. O discurso não é estático. A Análise de Discurso tem como base de pesquisa o discurso, seja ele narrativo, político, pedagógico, poético, humorístico, jornalístico, religioso ou publicitário.

Orlandi (200:86) distingue o discurso em três principais partes:

- Discurso autoritário: neste o locutor funcionará como agente exclusivo apagando desta forma a polissemia, o referente e suas relações com o interlocutor;
- Discurso polêmico: aqui o referente é disputado pelos interlocutores, a polissemia é controlada, existindo uma tensão causada pela disputas dos sentidos pelos interlocutores;
- Discurso Lúdico: a polissemia está aberta, os interlocutores são passíveis aos sentidos, fazendo com que o referente esteja presente como tal.

Esta categorização do discurso, segundo Orlandi (2000:87) *é uma descrição do funcionamento discursivo em relação a suas determinações histórico-sociais e ideológicas.*

Orlandi, nos diz no livro “Interpretação. Autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico” que o silêncio também faz sentido no discurso e que não he sentido sem o silêncio como podemos observar abaixo:

Em meu estudo sobre o silêncio (Orlandi, ibidem), é que o silêncio é fundante (não há sentido sem silêncio) e esta incompletude é função do fato de que a linguagem é completude é função do fato de que a linguagem é categorização dos sentidos do silêncio. (Orlandi, 2001: p.11)

A autora nos deixa explícito que o analista do discurso deve compreender como os sentidos são produzidos dentro de qualquer texto, e que por mais que seja um texto de rodapé ou alguma observação, sempre teremos o silêncio como alvo principal, nos trazendo sentidos implícitos no texto. Eni Orlandi diz que *o silêncio não fala. O silêncio é. Ele significa. Ou melhor: no silêncio, o sentido é.*

Estamos em uma sociedade em que os meios de comunicação nos bombardeiam com imagens, símbolos e sons, como elementos interagentes de um grande sistema. A percepção das mensagens veiculadas pode patentear-se, tanto em nível consciente, quanto em nível inconsciente.

Com a imagem não é diferente, há imagens que não estão visíveis, porém sugeridas, implícitas a partir de um jogo de imagens previamente oferecidas. Outras são apagadas, silenciadas dando lugar a um caminho aberto 'a significação, a interpretação. (Orlandi, 2000: p.32)

Devemos nos ater ainda, que o discurso em si, se divide em duas partes o discurso verbal e não-verbal.

O discurso verbal é a palavra tanto escrita como pronunciada algo que já está posto, que possui um pré-significado pronto e acabado. Já o discurso não-verbal é as imagens (fílmica, fotográfica, artística, gráfica, publicitária, etc) este tipo de discurso nos leva a analisar vários traços que o caracteriza para que possamos fazer uma leitura mais profunda, para isso devemos observar a cor, a sombra, textura, verticalidade, profundidade, ilimitabilidade, etc. No entanto, devemos ressaltar que a interpretação do não-verbal é multidirecionada, dependendo do modo de pensar de cada leitor, do ambiente em que vive, da sua formação cultural, social e histórica.

2.0 - O TEOR E SIGNIFICADO DA IMAGEM

Como observamos no primeiro capítulo, Orlandi (2000:18) diz que:

A A. D. produz um conhecimento a partir do próprio texto, porque o vê como tendo uma materialidade simbólica própria e significativa, como tendo uma espessura semântica: ela o concebe em sua discursividade.

Partindo desse ponto de vista, no qual o texto é visto como materialidade simbólica própria e significativa e levando em conta que um texto ou uma imagem pode ter várias interpretações de acordo com a visão de mundo de quem a vê ou lê, me proponho a analisar a parte verbal e não-verbal da propaganda escolhida em questão.

Em um primeiro instante podemos observar a importante relação que a parte verbal faz com a parte não-verbal no texto, relação esta que nos faz parar e pensar um pouco no que vemos e lemos dentro destes bombardeios de imagens e informações, que os meios de comunicação nos apresenta. Sendo que o texto (discurso verbal) é interligado com a imagem, pois é através dele que conseguimos identificar a mensagem que a imagem (discurso não-verbal), nos quer transmitir.

Na propaganda em análise podemos observar três pontos diferentes no mesmo texto, compreendendo o ponto de vista religioso, científico e o capitalista. Pontos estes muito complexos e de várias discussões para encontrar a verdadeira explicação da vida e da sobrevivência.

Podemos começar pela frase principal da propaganda.

Desejar Boas Festas aos parentes distantes, como se eles estivessem próximos. (Veja: edição 1834, 2003)

O texto acima citado nos leva a pensar e refletir sobre a imagem usada na propaganda. Quando a publicidade se expressa de forma sucinta a relação do ser humano com o macaco, usando para isso a frase *Deseje boas Festas aos parentes*

distantes..., tendo o macaco na propaganda como início da vida humana a tempos distantes, tendo isso como argumento para dizer que não importa o lugar que a pessoa esteja, por mais longe que seja, através dos serviços prestados da Embratel você conseguirá entrar em contato com a pessoa que você deseja.

Podemos notar que para dar mais ênfase ao contato do macaco com o ser humano a publicidade da empresa (Embratel) os coloca vestidos, e fazendo o sinal de como se estivesse atendendo um telefone, sinal este que é uma marca conhecida nacionalmente como sendo da Embratel. Devido algumas ações muito parecidas com o do ser humano e que estes animais praticam naturalmente é que tenta-se dar mais ênfase da proximidade do ser humano com o ser animal irracional, isto é os colocando como pessoas.

Já em outro ponto de vista, o cristão, encontramos a religiosidade, quando nos é colocada a imagem de uma árvore de natal, peça esta que nos leva a pensar sobre o início da vida do ser humano de forma cristã, pois é o símbolo do natal, data em que se comemora o suposto dia que Jesus Cristo nasceu, data esta em que todas as pessoas são levadas pelo sentimentalismo, solidariedade, e porque não o consumismo, levando as pessoas a acreditarem que todos os dias deve se estar junto dos familiares mas que nesta data é indispensável.

Analisando a propaganda, podemos notar controvérsia quando há a mistura de ciência e religião, pois são temas sempre visto separadamente, devido o diferente modo de pensar a vida tanto da ciência como da religião. Seria a busca de uma identidade até então não compreendida de onde viemos, como fomos criados, e como sempre o ser humano sempre procura uma explicação lógica pra todos os acontecimentos, motivo este que o fez levantar várias hipóteses, uma voltada para a religião e outra para ciência, mas mesmo assim o ser humano continua a buscar outros caminhos para tentar descobrir realmente como se originou a criação da vida de um ser racional, possuidor de vontades e idéias próprias.

Nos trechos abaixo podemos observar as diferentes formas de ver a criação da vida tanto pela religião quanto pela ciência.

No ponto de vista da ciência:

A Teoria da Evolução é até agora, a única explicação racional e científica que se conseguiu

elaborar (...)Nunca ninguém jamais viu algo surgir do nada, ou uma transformação tão radical quanto um organismo complexo como o humano surgir do barro. Isso não existe na natureza. Portanto a explicação religiosa criacionista é inaceitável no pensamento científico. (Valério, 2003: art. Internet)

De acordo com o que diz Valério realmente fica difícil para o ser humano devido a sua curiosidade aceitar facilmente que o mesmo surgiu do nada sem algo palpável para comprovar. No entanto, por falta exatamente de provas para explicar algumas coisas que o homem não compreende o mesmo volta a religião como uma outra forma de pensar.

Outra forma de pensar, buscada pela religião:

Em parte pela religião. A religião sempre possui uma origem das coisas, do Universo e dos seres vivos. Deus que criou o mundo e o Ser Humano. (Valério, 2003: art. internet)

Neste nosso universo há muitas coisas que o homem não entende nem pode explicar, coisas estas que nos fazem voltar a acreditar na criação do mundo e do ser humano por um ser supremo e que devemos seguir suas leis que são amor, paz e fraternidade, trabalhando em cima desses dois pontos de vista e que fica sempre um ar de mistério que nos leva a refletir profundamente no que vemos e ouvimos.

Ao analisar podemos observar o silêncio funcionando também no conteúdo proposto, pois não podemos ver de forma meramente ilustrativa, mas sim que há um grande significado que nos leva a reflexão dos pontos citados anteriormente.

Orlandi nos diz que em todo discurso há o silêncio, como podemos observar abaixo:

... o silêncio é a matéria significante por excelência, um continuum significante. O real da significação é o silêncio (...) o silêncio é o real do discurso. (Orlandi, 2002 : p 31)

Não podemos analisar o discurso como algo que está posto, pronto e acabado, pois temos que analisar o que não está dito, pensar além do que já está explícito, pois, ler por ler, ou ver e achar bonito todos podem porém o que está “escondido” dentro do silêncio é o que tem o verdadeiro significado do que está lendo ou vendo.

Para renomada escritora Eni Puccinelli Orlandi, este tipo de silêncio dá se o nome de silêncio fundador princípio de toda significação. Eni Orlandi *apud* J. de Bourbon Busset:

O silêncio não é a ausência de palavras, ele é o que há entre as palavras, entre as notas musicais, entre as linhas, entre os astros, entre os seres, ele é o tecido intersticial que põe em relevo os signos que, estes, dão valor a própria natureza do silêncio que não deve ser concebida como um “meio”...
(Orlandi,2002:p.70)

Seguindo a linha de pensamento da citação acima a imagem analisada também nos chama a atenção nas cores usadas, nas roupas dos indivíduos do texto, sendo as mesmas da bandeira nacional (verde, amarelo, azul e branco) dando ênfase ao logotipo da empresa no caso a Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações) do seu propósito de que realmente a operadora telefônica é nacional e se orgulha disto. Fazendo com que seu público alvo, nós brasileiros, se identifique cada vez mais com a operadora em questão, com isso voltamos ao ponto de partida deste trabalho em que chamamos a atenção para o cuidado com as segundas intenções de uma bela propaganda.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Falar dentro da análise do discurso, não é nada fácil, não por falta de material e/ou de livros pois já se publicou muito a respeito. Mas sim pela complexidade que requer seu entendimento.

Por tanto, mais e mais estudos se fazem necessários, pois necessitamos ampliar nossa consciência do momento em que vivemos e questionarmos até que ponto todas estas informações interferem na maneira como enxergamos o que acontece em nossa volta.

No ponto de vista da escritora Eni Pulcinelli Orlandi, “ a análise de discurso concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social.” Questão esta que nos faz refletir sobre o trabalho simbólico do discurso que está interligado na criação e no entendimento do ser humano.

Partindo do conceito acima citado é que criamos uma indagação sobre o modo de observarmos o ponto de vista da Empresa Embratel trabalhado de forma discreta em relação a criação do ser, nos comparando com o modo de pensar da ciência que vê a criação do ser humano através de uma transformação gradativa onde o homem se origina do macaco.

Colocando ser humano como “parente” de um animal irracional, dando ênfase ao pensamento científico.

Mas temos que sempre nos ater que o discurso nunca possui sentido único mas sim sentidos sempre incompletos, sem início nem fim, cada indivíduo que escuta ou produz o discurso tem seu ponto de vista, seu entendimento e este deriva do ambiente em que vivemos, das influências que possuímos enfim de tudo o que nos rodeia.

Tudo isto para chamar a atenção dos leitores para a importância de estar com seus familiares nesta data e principalmente em dar ênfase aos produtos oferecidos pela Embratel não importando em que lugar do mundo você esteja.

Portanto ao vermos uma inocente propaganda temos que parar e refletir sobre o que está escrito e principalmente o que realmente este anúncio está querendo nos passar.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

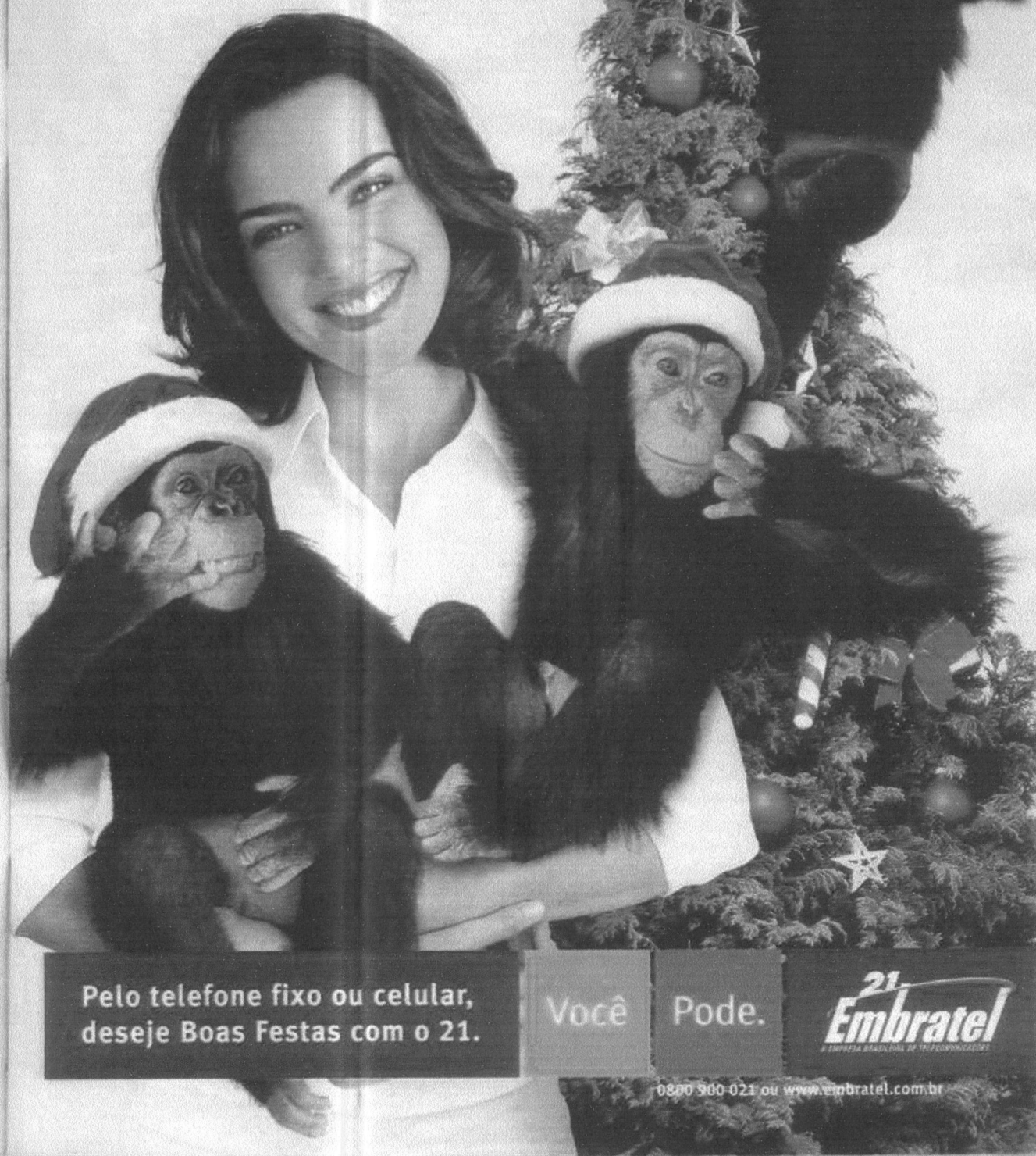
ORLANDI, Eni P. Análise de Discurso: princípios e procedimentos. 2. ed. Campinas: Pontes, 1987.

ORLANDI, Eni P. (org). Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional. Campinas: Pontes, 1993.

_____. As formas do silêncio: no movimento dos sentidos. 4. ed. Campinas: UNICAMP, 1997.

_____. Interpretação : autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis: Vozes, 1996.

Deseje Boas Festas
aos parentes distantes,
como se eles
estivessem próximos.



Pelo telefone fixo ou celular,
deseje Boas Festas com o 21.

Você

Pode.

21
Embratel
A EMPRESA BRASILEIRA DE TELECOMUNICAÇÕES

0800 900 021 ou www.embratel.com.br