

MINICURSO SEMIÓTICA E CULTURA EM CIRCULAÇÃO NA LITERATURA POPULAR

Módulo II – Valores em circulação na Cultura Popular e Midiática

Eliana Meneses de Melo¹

demelo@uol.com.br

Apresentação

O minicurso **Semiótica e Cultura em Circulação na Literatura Popular** foi proposto em dois módulos. O Módulo I teve como docente a Prof^a Dr^a Maria de Fátima Barbosa de Mesquita Batista, da Universidade Federal da Paraíba. As reflexões aqui apresentadas são relativas apenas ao Módulo II. Iniciamos a abordagem trazendo para o centro de nossas discussões algumas reflexões em torno das Linguagens, Cultura e Identidade. Focalizamos as questões em seus aspectos gerais das linguagens e culturas em circulação nos espaços midiáticos contemporâneos. Estendemos nossas reflexões para as questões das etnias, identidades e valores. Na sequência, no tópico II, a problemática será direcionada para a Amazônia, urbanidade e mídia.

Parte I: Linguagens, Cultura e Identidade²

Em um primeiro nível, ao ser ter como interesse reflexivo às linguagens, coloca-se no centro desse estudo o homem, em seus procedimentos de construção, interação e nos diálogos possíveis construídos com o outro: sociedade. Evidentes em análise mais linear, os fenômenos das linguagens são complexos quando se mergulha nas dimensões dos signos e símbolos criados pelas sociedades humanas e presentes nas diferentes linguagens.

¹ Doutora em Linguística e Semiótica pela USP, Pós-doutorado pela UERJ, professora do Programa de Mestrado em Semiótica, Tecnologias da Informação e Educação da UBC.

² Este tópico foi formulado tendo como referência no artigo *Discurso Midiático, Valores em circulação e identidade* IN MELO, Eliana M., PRADOS, M.N Rosália .GARCIA, Wilton Linguagens, Tecnologias, culturas: discursos contemporâneos. São Paulo: Factash Editora, 2008.

São signos e símbolos de vontades coletivas que podem ser particularizadas em grupos dentro de uma sociedade. Podem representar uma construção familiar, mas, independentemente da dimensão do grupo, por esses elementos comunicacionais passam um consenso, pelo que há em comum: há sentidos compartilhados no espaço coletivo. (PAIS: 2006).

Os sentidos tornados comuns estão presentes nas diferentes linguagens, em cada fragmento de expressão. Neste aspecto, signos e símbolos são unidades culturais por onde transitam as marcas da cultura que representam. Quanto mais complexas se tornam as sociedades e suas culturas, maior é o labirinto de significações a ser percorrido, maiores são as possibilidades de leituras realizadas em torno das diferentes vivências humanas a compor as axiologias em circulação.

A linguagem torna evidente a percepção do homem apreendida pelos sentidos: os alimentos, gestos, arquiteturas, gráficos, músicas, vestimentas, pinturas, artes, as paisagens, as palavras. Ao mesmo tempo tudo se reveste de olhares e de transformações das criações: as linguagens são dinâmicas porque as sociedades também o são. As transformações das formas dos objetos e do sentido que têm, evidenciam a ação humana de resignificar sua própria criação.

No contexto onde as linguagens circulam, desenvolvem-se as transformações, traços de sentidos adicionados aos antigos vão construindo, nas dinâmicas das linguagens em movimento, novos recortes, novos valores: cultura em movimento. Os alimentos, em termo exemplificativo, suprem não apenas as necessidades do organismo, configuram-se em culinária de uma cultura, compõem o requinte do ambiente nos restaurantes e recepções dos que atuam as esferas de celebração: do simples ao requinte.

O mesmo ocorre com as vestimentas, os espaços arquitetônicos. Os objetos criados pelo homem, as linguagens pelas quais perpassam os sentidos, ganham novos atributos em seus contextos de ocorrência, gerando novas possibilidades interpretativas. Porque o homem é objetividade e subjetividade. Tem sido esta a dinâmica da relação do homem com a linguagem: criação, recriação e comunicação.

A linguagem é também expressão da emoção, revela a subjetividade humana: emoção do sujeito em sua individualidade, no contraste e convívio

com o todo social. Ao refletirmos, ainda que rapidamente, sobre as implicações do sujeito e sua expressividade, sobre aquilo que lhe é particularizado, percebemos como é amplo o universo das representações e significações humanas e como se materializam de formas diferentes.

Na procura pela comunicação das várias linguagens que o cercam, o ser humano cria, resgata signos e os reveste de novos sentidos. Ao mesmo tempo, esta busca pela compreensão do outro e manifestação de sua subjetividade, tece redes de comunicação entre as diferentes materialidades de linguagem, que vão tornando mais intrincadas na medida em que as sociedades se tornam mais complexas.

Sendo manifestação de visão de mundo e refletindo universos culturais, linguagens, em seus signos em circulação, não são neutras. Possuem em si ideologia na medida em que são partes de uma realidade. Sobre este aspecto, torna-se relevante lembrarmos Bakhtin ao afirmar que sobre o ideológico nos remete a um significado situado fora de si mesmo. Os signos têm esta propriedade: lançarmos para além dele, de tal forma que sem signos não há ideologia. (BAKHTIN: 1986)

Entendemos haver sistemas de comunicação e os signos são as unidades destes sistemas, expressos em conformidade as normas do mesmo sistema. Por eles, os signos, os sentidos criados pela comunidade humana são materializados. São entidades abertas, sempre podendo receber um novo sentido, de acordo com o período histórico, com quem os utiliza e em qual contexto são utilizados.

Diante do exposto, quando nos colocamos diante de tantas possibilidades de sentido, devemos entender que é o *contexto de ocorrência* que conduz a especificação de um sentido. Sobre o conceito de signo, cabem-nos algumas observações: no desenvolver deste estudo será utilizado como unidades de discurso, as cifras da materialização das linguagens humanas, sempre associado aos valores culturais de um grupo, de uma comunidade.

Ao se ter como proposta o estudo dos valores e identidade a partir dos espaços midiáticos, trabalha-se com linguagens como condutores de intencionalidades e discursos, pelos quais cultura e valores são comunicados, sempre com várias possibilidades de leituras. A seguir apresentamos algumas reflexões sobre valores, sociedade e identidade.

Sociedade e Valores

Diferentes conceptualizações nesta área de estudo nos levam a pensarmos na importância da cultura para a sociedade atual. Convergências e divergências que em seus contraditórios procuram elucidar o Humano. Muitas vezes o que apreendemos desses antagonismos são os componentes do que em uma primeira leitura observamos como contraditório, funcionando entre si de forma a evidenciar numerosas relações de interdependência e diferentes leituras sobre um determinado fator. Recai-mos em uma observação clássica: é o ponto de vista sobre o objeto que nos levam às diferentes interpretações.

As sociedades são entidades formadas por grupos culturais. Nelas existem pequenos povoados, vilas, cidades de várias dimensões. Variações expressivas que especificam elementos culturais de um dado lugar. Tomemos como exemplo a sociedade brasileira: somos capazes de identificar traços culturais específicos de uma cidadezinha do sul do País, do Norte, Nordeste, Sudeste. Pensemos no número de variações culturais dentro de uma metrópole como São Paulo.

Todas as variações detectadas compõem a sociedade brasileira. É um agrupamento cultural de seres humanos que mantém sobre si um nível de identidade. Uma cultura de suporte definida por elementos comuns manifestados nas linguagens, sua história, religiões, hábitos, pela forma e funcionamento das instituições sociais e pelas subjetividades das pessoas.

A sociedade existe porque as pessoas, em suas complexas subjetividades, compactuam os pontos em comum, partilham e comunicam valores. Esses valores formam a identidade cultural. Entretanto, devemos compreender que sempre há movimentos nas esferas sociais, fatos que interferem no andamento das coisas. Uma sociedade mais conservadora, sem que caiamos no julgamento de seus valores, é aquela na qual as mudanças são mais lentas, já em outras, as mudanças são mais intensas e rápidas.

Neste segundo caso, situamos as sociedades que passaram em seus processos históricos pelos fatores gerados pela industrialização e urbanização, em oposição às sociedades rurais. De modo geral, a humanidade, em suas diferentes sociedades, nos diferentes momentos históricos, transformaram, incorporaram valores, desarticularam e recriaram novas realidades científicas e

tecnológicas. Deslocaram-se no tempo e no espaço, mantendo valores, outros sendo assimilados, outros emergindo.

Chegamos à sociedade contemporânea por meio desse processo. A sociedade do tempo real, das tecnologias que habilitam a comunicação em tempo real, das novas linguagens vindas da criação e difusão dos computadores domésticos, que ligaram o mundo em redes informacionais. Esta é a sociedade onde nos situamos. Se observarmos que os sentidos são definidos em seus contextos, para o contemporâneo até o conceito de tempo ganhou novo traço de sentido.

Impulsionados pelas novas tecnologias, talvez seja natural avaliarmos como conservadoras ou atrasadas as sociedades através do suporte tecnológico em disponibilidade. Não nos esqueçamos: trata-se da Sociedade do Conhecimento, por onde os índices de desenvolvimento são marcados pelas produções científicas, tecnológicas, pelos índices de educação formal do povo, pelos níveis de poder de consumo. (LYOTARD: 1990)

O sempre denso ser humano e suas linguagens são redimensionados na complexidade das esferas contemporâneas. Perdas e ganhos: intensificação da massificação nas comunicações e indústria do entretenimento. Intensificação do individualismo, culturas, valores, identidades são as tônicas de diversos estudos, com interpretações diferentes. Já não nos basta dizermos que estamos diante de novos paradigmas da globalização. (KELLNER: 2001)

Temos que compreender que nosso tempo trouxe, e trás, rápidas mudanças, perceptíveis em diferentes aspectos do nosso cotidiano. Estas transformações não estão localizadas em um ponto específico, não se trata apenas de economia ou comunicação, tecnologias, relações de trabalho, ou educação continuada ou consumo. Qual seja: os pontos se ligam e ao mesmo tempo geram pontos novos.

É a nossa rede aberta em diferentes direções, recebendo e emitindo transformações para todas as dimensões da sociedade contemporânea. Diante de tantas possibilidades reflexivas que este contexto nos oferece, qual é o nosso olhar neste trabalho? Nossa escolha está voltada à cultura, identidade e valores, todavia os estudos sobre esta temática também não são formadores de um ponto de vista consensual.

Dentro dos limites de nossa abordagem, escolhemos duas leituras entre as muitas que ressaltam preocupações decorrentes dos novos espaços midiáticos, do consumo e da globalização econômica. Trata-se do trabalho de Samuel P. Huntington e Gordan Matheus, cada qual sustentando pontos de vistas diferentes sobre a cultura global ou universal. A escolha se fundamenta justamente na diversidade de olhares.

Culturas, Etnias: Identidades e Valores.

Huntington (1997) analisa o cenário contemporâneo tendo por finalidade sustentar a tese segundo a qual cada vez mais as identidades das etnias tendem a serem destacadas no planeta. Nesse sentido, discorda do conceito de civilização global ou universal. Acredita que tal concepção esteja baseada nos pressupostos de que o desmoronamento do comunismo soviético, a queda do muro de Berlim significou a vitória universal da democracia liberal no mundo inteiro.

Qual seja, em um mundo separado pela Cultura Ocidental e Oriental, os fatos históricos do final da década de 80, teriam conduzido o planeta para a vitória sobre a cultura do Oriente. A abordagem, além de referências geopolíticas, incide sobre as dimensões das macro-relações políticas e econômicas, focadas nas relações de pequenos grupos, comunidades e sociedades.

Huntington destaca que a visão universalista tem por finalidade ajudar a justificar o predomínio da Cultura do Ocidente sobre outras sociedades e a necessidade dessas sociedades em imitarem os procedimentos e as instituições ocidentais. Há, portanto, uma relação ideológica. Afirma ainda que as divisões mais importantes da Humanidade estão dimensionadas nos termos das etnias, religiões e civilizações: divisões fundamentais que permanecem e são bases de novos conflitos.

Há um pressuposto de que uma interação maior entre os povos, “o comércio externo, os investimentos, o turismo, a mídia, as comunicações eletrônicas está gerando uma cultura mundial comum”.Huntington avalia que a ampliação da circulação de bens de consumo e da cultura popular mais ocidentalizada, não implica na universalização dos valores do ocidente.O autor

afirmar que ao alimentar-se em um McDonald's, o indivíduo não está digerindo a Constituição Norte –Americana.

As observações do autor nos levam a refletir sobre a influência do consumo no tocante à identidade cultural. Não podemos negar o consumo, nem tão pouco a circulação de produtos de diferentes, de diversas origens culturais no cotidiano das pessoas. Signos, símbolos e valores de diferentes culturas estão presentes nas metrópoles do mundo e nos lugares mais distantes, uma vez que o consumo pode ocorrer pela Internet. Entretanto, as bases culturais das sociedades, em nível geral, emanadas pelas linguagens deixaram de existir?

Huntington responde à questão através de duas ilustrações. Apresenta um grupo de jovens, em um lugar não definido do Oriente Médio, vestindo Jeans, bebendo Coca-cola, escutando rap e, “entre suas reverências na direção de Meca, fazendo uma bomba com a finalidade de explodir um avião comercial americano”. A outra ilustração é apresentada por indagação: questiona se o autoconsumo do povo norte americano, nos anos 70 e 80, de produtos eletrônicos japoneses os deixou japanizados.

Sobre identidade cultural e mídia, o autor nos trás duas leituras igualmente interessantes. O domínio e influência do mercado fílmico, indústria de Hollywood, significa haver um interesse universal e humano por temáticas relacionadas ao “amor, sexo, violência, mistério, heroísmo e riqueza”, além da capacidade em gerar lucro das empresas norte-americanas.

O poder das comunicações globais, enquanto importante manifestação contemporânea, não implica em haver produção de convergências significativas de atitudes e cresças. Ainda que a CNN internacional transmita as mesmas imagens para o mundo inteiro, as interpretações em cada sala do planeta, diante das mesmas cenas, são diferentes, as experiências de cada cidadão não são as mesmas no Líbano ou na Bósnia.

Em síntese, dentro dos nossos propósitos, o autor é partidário da tese segundo a qual as sociedades realizam um empréstimo seletivo de elementos culturais. Elas os adaptam, transformam e assimilam de forma a reforçar e assegurar a sobrevivência dos principais valores de sua cultura, tal é o caso de conflitos como no Oriente Médio. A identidade do grupo é mais forte que os valores culturais recebidos.

MATHEWS (2000) propõe reflexões sobre o clássico conceito de cultura, de tal forma que ao modo de vida de um povo seja adicionado algo mais contemporâneo: “informações e identidades disponíveis no supermercado cultural global”. Os indivíduos recebem os valores culturais a partir de dois agentes principais: Estado e mercado. A partir desse ponto, a abordagem é dirigida para um outro ponto: identidade individual.

A bem da verdade, os dois conceitos são questionados pelo mesmo autor. A cultura a partir do modo de vida de um povo é um conceito problemático para as ações reflexivas na medida em que existem tantas diversidades e inter-relações no interior de cada sociedade, que se torna dificultoso afirmar algo sobre cultura japonesa ou cultura americana:

Quais valores o professor de faculdade japonês, o operário, a dona de casa, a feminista e o roqueiro punk compartilham entre si, em contraste com seus pares americanos? Que comportamento o cristão fundamentalista americano, a separatista lésbica, o traficante de droga urbano, o corretor yuppie, o imigrante vietnamita e o judeu hasídico compartilham em oposição a todos os japoneses ou chineses? Não pode ser que o músico de rock de Tóquio tenha culturalmente mais em comum com seu par em Seattle do que com seus próprios avós?

Quanto à cultura como ‘informação disponível no supermercado cultural global’, Mathews transfere o conceito de cultura para o espaço das escolhas pessoais. Através da metáfora, o autor lança sua atenção para a possibilidade de cada indivíduo, escolher a música que deseja, a nacionalidade da comida, ou ainda a religião.

Por outro lado, as escolhas não são livres, já que sobre elas atuam os condicionadores sociais, determinantes de classe e grupos econômicos e as experiências junto ao grupo com quem vivemos. Somem-se a esses fatores as linguagens criadas pelas sociedades, as variantes regionais e os mecanismos de persuasão do discurso publicitário em seus mecanismos de construção de identidade entre o produto e consumidor.

MATHEWS questiona as identidades vindas das etnias. Contrapõe as etnias que alimentam conflitos (Iugoslávia, Ruanda), com as de países como os Estados Unidos, onde as identidades étnicas são partes da identidade nacional: hispano-americano, afro-americano. No primeiro caso, há luta pela

singularidade em busca da construção de uma nação, já no caso americano a singularidade vem do reconhecimento que a nação é plural em etnias.

Segundo seu entendimento, não está na identidade étnica a problemática atual, mas na ação corrosiva que as culturas étnicas e a identidade nacional são submetidas através da identidade formada pelo consumo. Argumenta que tanto a identidade étnica como a nacional, têm as mesmas fundamentações, ainda que a primeira se oponha à segunda. Elas são da mesma ordem.

Torna-se compreensível nas argumentações do autor que sobre os indivíduos atuam duas forças: Estado e mercado. As pessoas de todo mundo ligadas pelos meios de comunicação atuais são passíveis de serem manipuladas, podendo sofrer ações manipuladas que, sobre o impacto da sedução, as conduzem aos supermercados materiais e cultural com o Estado.

Apenas quatro anos separam *O Choque de Civilizações e Cultura Global e Identidade individual*. Percebemos que entre as idéias defendidas, há um conjunto de fatores através dos quais um se opõem ao outro. Na verdade, o recorte apresentado por cada autor é que nos dá a aparência de oposição. Ao incorporá-los em nosso trabalho, tivemos por finalidade evidenciarmos como as linguagens estão repletas de concepções diferentes, ainda que se estude um mesmo objeto.

Em Huntington, encontramos a preocupação maior com os valores culturais que interferem e dão forma aos conflitos internacionais e no interior de algumas culturas. Mathews foca sua abordagem entre a cultura coletiva e o mercado para destacar a identidade individual.

Percebemos nitidamente uma oposição sobre o ponto consumo e cultura. Para Huntington, os bens de consumo não atuam de forma a descaracterizar os valores culturais (os valores coletivos são mais forte que o indivíduo). Por outro lado, Mathews acredita que é justamente na escolha do que consumimos culturalmente que formamos nossa identidade individual.

Por ambos passam referências à tecnologia e os espaços midiáticos contemporâneos. Para um, ainda que tenhamos produtos culturais sendo consumidos no mundo todo, e mesmo com as informações jornalísticas vindas de uma única fonte, notícias e demais produtos passam pelos filtros específicos

de cada realidade cultural. Mathews procura destacar o aspecto da manipulação das produções midiáticas e culturais.

A intensificação do consumo é abordada pelos dois dos autores. Todavia, o consumo pressupõe consumidores: dinheiro em circulação, alimentação cotidiana do capital. Se para ampliar os números do consumo atuam o discurso publicitário e os discursos midiáticos criando desejos, impondo e fazendo circular padrões comportamentais e valores, quais os valores e identidades daqueles que estão fora do capital para o consumo? Aqueles que são atingidos pelos desejos, mas não tem dinheiro para comprar seus projetos de consumo?

É justamente este indivíduo a quem lançamos nosso olhar neste estudo. O ser humano que recebe a cultura das linguagens do grupo. É o brasileiro, falante da língua portuguesa, herdeiro da pluralidade cultural. Sujeito presente que viaja pelo desejo, que tem seu cotidiano narrado nas canções do Rap, por exemplo que recebe as informações e formação dos discursos midiáticos. Este é o sujeito que escolhemos para nossas leituras apresentadas a seguir.

Parte II – Amazônia no Olhar Midiático: Tensões e Confrontos³

Em torno da temática a Amazônia, este tópico explora os diferentes olhares sobre a região, tendo como referência o percurso da construção do olhar a partir do midiático e do imaginário lançado sobre o *sujeito –povo, cidadão - urbano*. Aborda os valores que circulam no cenário da urbanidade, revestidos por um eixo informacional plural, construído a partir de uma sintaxe que expressa um universo recortado, construído por fragmentos discursivos nos quais configuram o econômico predatório, a flora e fauna, a ciência e biodiversidade, o nacional e internacional, a riqueza natural, índio, o caboclo, o consumo responsável.

Diante de tantas possibilidades discursivas, o primeiro passo para a análise se deu através da narratividade sobre a Amazônia em seu diálogo com a metrópole paulistana. Veiculados por diferentes sistemas comunicacionais,

³ Elaborado tendo como referência o artigo Tradição e Modernidade na cultura brasileira: Amazônia no olhar do sudeste- confrontos, publicado na Revista Acta Semiótica et Lingvistica ,da SBPL, vol 12-nº2- Ano 31. Editora Terceira Margem&UBC,2007.

recebemos crônicas instantâneas, novas ou remotivadas, que nos conduzem ao repertório sobre a Amazônia. Recebemos o olhar do mediador. Circulam os signos, circulam significações sobre o que se julgava conhecer. Sobre a imagem cristalizada, novos referentes são adicionados. A imagem fílmica, televisiva leva à massa a Floresta, permite ao outro quase senti-la. Sobre uma 'estrutura amorfa': forma, conteúdo e expressão. Um percurso enriquecido, por assim dizer.

Trata-se de leitura realizada sobre um *corpus* "Nossa _ Amazônia= série 1", produzido para veiculação eletrônica, em um discurso híbrido pelo qual perpassam os elementos de uma Semiótica Complexa. Enquanto procedimento de análise, estudou -se primeiramente o processo de enunciação em nível de superfície, detectando a rede semântica caracterizadora da Amazônia, em contraposição ao discurso implícito na expressão visual. Na seqüência, estudou-se a discursividade e a narratividade, conduzindo o trabalho para um outro componente: Discurso Amazônia, com o qual se finaliza o estudo. Este tópico apresenta as reflexões originárias do estudo.

Linguagens: percursos da leitura.

Enquanto discurso composto por fragmentos visuais e enunciados de um discurso verbal, observam-se duas intencionalidades: através da imagem, uma função poética que se contrapõe ao plano da verbalização constituída por enunciados denotativo. As imagens atuam como elementos de sedução, ao mesmo tempo em que justificam a enunciação. Desta forma, compreendendo "Nossa Amazônia=série1" como discurso híbrido no qual a manifestação de superfície se faz pela semiótica complexa, dialeticamente o verbal intensifica o visual, bem como o inverso.

No âmbito da compreensão do conjunto dos níveis discursivos, tratar-se-ia da macrosemiótica, se concebêssemos a floresta em seu estado natural. Torna-se necessário, entretanto, ter em mente que a Amazônia que se revela no vídeo é universo natural já transmutado culturalmente. Sobre ele, o homem lançou seu olhar, projetou reflexões, criou recortes, transformou em linguagem, emana leitura de um Universo Cultural. (Greimas/Courtés, pp. 409/410).

Em 'Nossa Amazônia=série 1 "estamos diante de um processo semiótico no qual observamos" dialeticamente articulados, discursos verbais, não verbais e complexos ", nos dizeres de PAIS, (2006) ao reportar-se aos procedimentos de

construção da visão de mundo de uma *comunidade sociocultural e lingüística*. Importante ainda é destacar que é na comunicação o lugar da observação de valores pertencentes ao ambiente que a gerou /gera, na medida em que a comunicação está inserida na linguagem que é comum à comunidade. Está revela traços de sentidos dinâmicos, de maior ou menor intencionalidade, em conformidade com a dinâmica da sociedade na qual está inserida. Qual seja, acompanha as evoluções e transformações das formas de sustentação e manifestação, dos valores, das tecnologias de comunicação. Ainda em conformidade com PAIS, sobre o fazer interpretativo das semióticas, todas elas “manifestam processos de produção de significação, de produção de informação, de produção e sustentação de ideologia, de. Sistemas de valores “. É o sentido, produzido, comunicado, lido e transformado”.

O sentido lido, criado e tornado comum, tem em seus sujeitos presentes nos contratos existentes entre o lugar e a máscara. O *simulacro* das diferentes figuras e representações do imaginário e do que se julga ter força de realidade. Charaudeau, ao expressar-se sobre o símbolo de identificação que sustentam as máscaras, afirma que o sentido originado dos atos de linguagem, é o resultado *do encontro entre um sujeito que enuncia e outro interpreta, cada qual agindo em função daquilo que imagina do outro, pode-se dizer que a identidade desses sujeitos não é nada mais que a imagem co-construída que resulta deste encontro. Assim, cada um é para o outro apenas imagem* (CHARAUDEAU: 2006). De certa forma, talvez a *imagem Amazônia* seja um conjunto de cores, onde o verde predomina, mesclado por um certo cinza desértico das queimadas.

A enunciação, enquanto instância de linguagem, revela elementos de materialização nos enunciados. Por eles circulam os signos dos quais se apreende o sentido, sobre os quais recaí a leitura e interpretação, lançadas às demais estruturas. Sobre este entendimento, um primeiro olhar em o “Nossa Amazônia=série 1”, já nos é possível detectarmos traços que representam a construção do sujeito enunciador: “*Planeta Amazônia*”.

“*Planeta Amazônia*”, enunciado que apresenta o tema síntese, vai surgindo lentamente ao sujeito-enunciatário, em letras em tons de lilás, sobre uma paisagem revelada por uma fotografia, como se o enunciador estivesse no meio da floresta, por entre as árvores. Ele chama o *sujeito-enunciatário* a

percorrer seu percurso, a voltar seu olhar para as árvores e ver a bela ave: um papagaio no alto, em um galho de uma árvore, rodeado de tantas outras, entre folhas e galhos, ao majestoso brilho do sol. Embora seja uma bela paisagem, o conjunto entre o discurso visual e o enunciado remete a uma incongruência, na medida em que signo *planeta* nos leva a pensarmos nos espaços abertos, amplos como o próprio universo.

Fragmentos da floresta, que poderiam, se não fosse o discurso verbal, serem lidos como qualquer outro cenário da imensidão do Brasil. Todavia é a Amazônia, a floresta tropical dos *signos remotivadas*, presentes em várias produções culturais, em vários momentos da História da Humanidade. Trata-se de um recorte de imagens, de um micro universo redimensionado pelo enunciador. Ao contrário do passado, leva-nos ao simples, não mais ao novo, ainda que nos seja desconhecido: *Planeta Amazônia*.

Aos poucos vamos “descobrir alguns mistérios da grande Floresta”. A imagem coloca o *enunciário* em posição de observador, em um vôo vê a imensidão do rio, da floresta, o céu e o sol. Como que trazido ao chão, a ele é permitido quase que sentir perfume da flor liláz, entre o azul e verde da floresta. E sequênciamos o passeio: muita luz, água, árvores. Como que se estivesse no rio, tocando a água, olha e vê ao longe uma canoa. Em seu passeio, que se estende pelas águas, o *enunciário* é conduzido aos atalhos dos grandes rios. Encontra um bom ancoradouro natural, caminha por entre as margens do rio e a floresta. Tudo lhe é tão próximo que a flor vermelha e branca, e a borboleta igualmente branca, ficam-lhe tão próximas que se fazem íntimas.

Novamente ao céu é lançado o viajante *enunciário*. Do alto visualiza o encontro das águas que não se misturam. Em queda abrupta, pousa diante da flor vermelha e da borboleta negra. Olha para cima e depara-se com a linda arara. No chão, folhas secas, areia e cogumelos vermelhos. Árvores e flores levam o olhar a distanciar-se e surge a praia da qual lhe é permitido avistar uma despreziosa barraca. Pára diante de lindas crianças indígenas, sentadas à sombra da habitação típica. E finda o passeio: tartarugas, ilhinha culturalmente concebida em um cenário que permite estacionar carros. São as imagens sobre as quais se sustenta a *sedução*.

Longe do *poético* presente na *semiótica visual*, os *enunciados de superfície* são condutores de uma leitura *denotativa*, cuja *intencionalidade* está em fornecer informações. O *sujeito semiótico enunciatário*, em processo de *debreagem*, quando da apresentação ao *sujeito semiótico enunciatário* dos dados sobre o *Planeta Amazônia*, expõem sua *dupla modalização* em termos de *saber*: é conhecedor do que pretende revelar, tanto quanto daquilo que supõem ser ausente no *sujeito semiótico enunciatário*:

Descobrimo alguns mistérios da grande Floresta:

Está distribuída ao longo de oito países...

Quais são?

Brasil..., Peru...Equador...Colômbia...Bolívia... Guiana

Francesa...

Suriname e Venezuela.

Acertou?

Os simples *enunciados de superfície* trazem duas evidências sobre o *sujeito-semiótico enunciatário*, *dupla actância* e manifestação de duas dimensões: *cognitiva* e *pragmática*. O diálogo proposto em nível de *superfície* patenteia a existência de um *sujeito de estado* em *junção* com o *objeto-valor* igualmente duplo: *conhecedor do Planeta Amazônia*, sabe do possível não-saber do outro *sujeito*. Revestido desse pressuposto conhecimento, o *sujeito semiótico* constrói seu *percurso* enquanto *sujeito de fazer*, dotado de um *saber* particular, em busca de um *objeto –valor* para o qual, ainda que munido de *competência*, está em *disjunção: seduzir o sujeito semiótico*. (Greimas, 1977: p. 180).

Em que pese o desejo do *sujeito - semiótico*, para que se realize a *sedução*, implícito está o fato de que deva realizar *programas narrativos* que permitam efetuar-la. Sobre este aspecto, o *Planeta Amazônia figurativizado* apresenta-se como *adjuvante* do *sujeito- semiótico*, na medida em que se configura como *objeto de desejo* do *sujeito-semiótico*. Feita esta leitura, pode-se afirmar que estamos diante de uma estrutura típica dos discursos de persuasão, mais especificamente do *Discurso Publicitário*.

Por ser um discurso que apresenta em sua *intencionalidade* *levar o outro a um querer*, o *Discurso Publicitário* tem seu estatuto marcado pelas instâncias

de poder, justamente pelos mecanismos de *persuasão e sedução discursivas*. Tal configuração leva ao processo de *interpretação*. Possuidor de modalidades complexas, o Discurso Publicitário torna-se eficaz por ser capaz de engendrar o “*poder-fazer –saber --- poder-fazer,querer*”. Sendo duplamente modalizado, sua estrutura de poder é autorizada por instâncias anteriores ao discurso manifestado. (PAIS : 1984, pp 47/48)

Na produção discursiva em análise, *as instâncias anteriores que autorizam o discurso* estão presentes nas marcas da cultura brasileira : olhar distanciado para si mesmo. Sendo o discurso o lugar da produção e circulação de valores, o Discurso Amazônia apresenta a marca da pluralidade formulada pelas diversas axiologias que se vinculam ao processo comunicação. As significações que chegam ao homem da urbanidade são acrescidas de suas próprias leituras, seus recortes culturais e novos olhares.

Cenários, Identidade e Confrontos: uma outra leitura

Semelhante ao impacto causado pelos viajantes do século XVI através de suas narrativas, sobre experiências relativas ao mundo novo, pela descrição de hábitos e costumes, desenhos ilustrando a natureza que enriqueciam o imaginário europeu com idéias do novo mundo, a Amazônia que circula pela urbanidade paulistana também é para a maioria aquilo que nos é trazido. Conhecemos o outro pelo que nos é revelado por um outro sujeito e sobre o que vemos, lançamos outro olhar, ainda que sejamos todos brasileiros.

O processo *dialogal*, por assim dizer, não é presencial, nem repousa sobre o conhecimento entre os *sujeitos*. Forma-se o *outro* através de um sujeito intermediário, que na medida em que apresenta o outro, apresenta um pouco de si. Qual seja, temos um conhecimento recortado, parcialidades com as quais alimentamos o simbólico. Neste sentido, persiste um olhar idílico, construído a partir do absorvido e em oposição ao próprio espaço de circulação. Temos, em decorrência, um *saber por confrontos*.

Em meio à ‘floresta de concreto’ com todos os seus frutos, é a metrópole que redescobre a natureza através da Amazônia. *Sujeito Semiótico* que carrega em si as virtudes ausentes em outros *sujeitos*, *semantizado* por traços de sentido positivos, carrega em si um *dever* e um *poder* : salvar o Planeta. *Virtualizada* positivamente, a Amazônia é o *sujeito herói*, capaz de engendrar a cura do homem em seu estágio de Pós- Modernidade. Por certo que enquanto

sujeito metafórico, pode salvar o *outro* na medida em que se preserva. No *eixo do contraditório*: cabe ao *outro*, ao conhecê-lo, ser *sujeito* no processo de preservação. Amazônia, 'Pulmão do Mundo', para onde se respiram olhares *modalizados* por um '*poder-saber-fazer*' gerar lucratividade, gerar novos conhecimentos. Implícito neste discurso, outra *modalização*: *saber-fazer* preservando.

Retrocedendo no percurso histórico, elaborando uma comparação respaldada nas relações entre *sujeito – objeto* e nas relações entre *junção* e *disjunção*, referenciada pela obra de Sérgio Buarque de Hollanda –Visão do Paraíso- pode-se perceber que da mesma maneira que o Homem no período das Grandes Navegações via no 'Mundo Novo' a possibilidade de um resgate à própria existência, o paraíso natural em oposição à corrupção dos valores humanos pela cobiça, o paraíso distante das deformidades trazidas pela materialidade do progresso, o olhar revelado sobre a Amazônia é possuidor desse desejo humano de recomeçar, de sobreviver à sua criação.

Ainda em busca do paraíso, seja para qual for à finalidade, olha-se para a Amazônia enquanto *sujeito* a ser conhecido, transformada em espetáculo. Das várias leituras possíveis, é justamente o espetáculo que marcou o eixo temático deste estudo. A abordagem se sustenta na análise da cultura definida, emanada e compreendida pelo *sujeito enunciatário*. Na busca da reorganização do *mundo semióticamente construído* (PAIS: 2006), tendo em mente os discursos da urbanidade e da floresta como possuidores de *recortes culturais* que se aproximam, ao mesmo tempo em que se distanciam, na medida em que se inserem em uma *macrossemiótica* de uma cultura brasileira. Procuro-se efetuar a análise das marcas desse processo semiótico através das antonímicas evidenciadas.

O primeiro ponto a ser observado foi a oposição *selva/concreto*. O sujeito da urbanidade, diante do "Discurso Amazônia", identifica-se e deseja enquanto *valor* o que o *outro* é possuidor e que lhe é ausente em seu cotidiano. Deseja-se o que não se tem. A água, a floresta, as aves circulam enquanto *objeto de desejo*, pois esses elementos são índices de uma vida simples, diferentemente do cotidiano urbano em torno da sobrevivência. Assim, estando em *disjunção* ao seu *objeto de desejo*, o homem da metrópole quer as cenas, os fragmentos da Floresta Amazônica. Trata-se de uma oposição entre o espaço da interferência

humana, espaço natural e o imaginário construído pela ação do intermediário (mídia).

Em continuidade, a seqüência de contrastes evidenciados manifesta o mesmo eixo: *poluído/puro; máquina/natureza; ruas/rios: carros /canoas; madeira/concreto*. Um contínuo olhar sobre a vida simples, domínio da natureza, lugar próximo e próprio das divindades. Idealiza-se a vida proporcionada pela floresta em função do que lhe está ausente: elo com o espaço natural. Entretanto, não lhe é ausente apenas o universo natural, falta-lhe também os objetos que circulam na metrópole. O Shopping lhe produz o desejo próximo. As casas, os prédios e automóveis, além de outras marcas da civilização, constituem-se em *signo-valores* distantes, ainda que próximos do olhar. A floresta fragmentada e difundida é o lugar da ausência do que se incorpora em seu cotidiano apenas pelo ver no percurso para o trabalho. É a ausência do apelo ao consumo inatingível.

Se o sujeito em análise é plural, há outra vertente a ser analisada: o sujeito que circula nos espaços de consumo enquanto consumidor, que não é o homem simples da metrópole, mas sim aquele que forma o perfil médio da população, que interage com a outras metrópoles. Para este, o Discurso da Amazônia que lhe chega é marcado pelo exótico, pela natureza que também lhe é ausente, mas em outra axiologia, já que ele é o sujeito que se desloca nos finais de semana, ou que o pode fazer, se assim quiser. O exótico da floresta também lhe é apresentado como recursos, capital. Há nele o sentido de propriedade do Brasil, por ele circulam outras compreensões de Brasil: "*É nosso, tem que preservar, ela é a salvação do planeta*".

Para esse sujeito, o desejo circula por outros agentes motivadores, embora continue presente o olhar fragmentado emitido pela mídia. Há uma motivação pela consciência ecológica, pelo aquecimento global, pelos recursos naturais, pela 'tribo' a que pertence. A Amazônia forma parte de sua identidade urbana na medida em que há traços de uma cultura mundial, expressa nas canções, nas roupas, pelas Ongs. O desejo desse sujeito é captado pelo mercado, materializado através da criação de produtos mais puros, entre outros. A Amazônia se reveste enquanto símbolo de sua identidade e se materializa nos perfumes, nas sandálias, na essência da floresta, nas fotos dos bichos.

Considerações Finais

Como produção discursiva, a leitura revelou que através de jogos de imagens, tendo como recurso a aproximação e distanciamento, foi construído um *Planeta Amazônia* sem a presença do homem. Apenas como figuração para construção de uma poética, o humano da não *civilização* se faz presente, tal como a flora e fauna originais, exóticas. O homem presente é o sujeito enunciatário convidado para o passeio, capaz de ser seduzido em seu papel de consumidor.

O estudo nos permite afirmar que o Discurso fragmentado sobre a Amazônia atua no imaginário dos diversos sujeitos da metrópole de maneira diferente, uma vez que a pluralidade cultural é a marca da metrópole. Em relação a este aspecto, muitos são os caminhos para análise. Ainda que assim o seja, inegável é a constatação de que, ao termos a temática Amazônia, levando-se em consideração a maioria da população brasileira, e até mesmo internacional, deparamos com um fato: é o Sujeito Desconhecido. Conhecemos os fragmentos da vista área, dos rios, dos índios.

No cancionero popular do Rap, o que encontramos é uma identidade urbana e universal. O jovem das periferias das grandes cidades que expressam em canções aspectos do cotidiano urbano, da vida marcada pelos desconfortos da ausência do capital. São Paulo, Belém, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Manaus: os cenários, ainda que revestidos por suas singularidades, são semelhantes no que se refere ao modo de vida, nas favelas, na periferia. Semelhança universal, distante da floresta amazônica.

Por fim, desejamos o que a nós é apresentado, como os antigos em relação ao 'Novo Mundo'. Imaginamos e transferimos nosso olhar e nossos recortes culturais, mas desconhecemos o homem da Amazônia, sua vida, suas dificuldades. Parece ser este um traço de nossa tradição: conhecer pouco o outro que somos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

CHARAUDEUAU, Patrick. *Discurso Político*. São Paulo: Contexto, 2006.

GREIMAS, A.J. *Os Atuantes, os Atores e as figuras*, IN *Semiótica Narrativa e Textual*. São Paulo: Cultrix&Edusp, 1977.

_____, *Semântica Estrutural*. São Paulo: Cultrix, 1976.

GREIMAS, A.J. Greimas/ **COUTÉS, J.** *Dicionário de Semiótica*. São Paulo: Cultrix, 1989.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. *Visão do Paraíso*. São Paulo: Publifolha: 1992.

HUNTINGTON, P.S. *O Choque de Civilizações e a Recomposição da Ordem Mundial*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1996.

KELLER, D. *A cultura da mídia*. Bauru, SP : EDUSC, 2001

LYOTARD, Jean- François. *O Pós- Moderno*. Trad. Ricardo Corrêa Barbosa. 3ªed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1990.

MATHEWS, Gordon. *Cultura global e identidade individual*. Trad. Mário Mascherp. Bauru-SP, EDUCS, 2002.

MELO, E.M. PRADOS, R.M.T, GARCIA, W. *Linguagens, Tecnologias, culturas: discursos contemporâneos*. São Paulo: Factach Editora, 2008.

MUKAROVSKY, Jan. *Escritos sobre Estética e Semiótica da Arte*. Lisboa: Editorial Estampa, 1988.

PAIS, Cidmar Teodoro. *Elementos para uma tipologia dos sistemas semióticos*. In: *Revista Brasileira de Lingüística*. São Paulo, v.6-.Nº1

_____. *Da Semiótica das Culturas a uma Ciência da Interpretação: Valores e saberes Compartilhados* SBPC/SBPL, 2006.

_____. "Texto, Arquiteito e Arquidiscorso: Subsídios para Leitura e Interpretação do texto". In: Lima DIAS (org). *Língua e Literatura: discurso pedagógico*. São Paulo: Ensino Profissional, 2007.