

INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: UMA ANÁLISE DISCURSIVA DE SENTIDOS

INFORMATION ET COMMUNICATION: ANALYSE DISCURSIVE DES SIGNIFICATIONS

Heder Cleber de Castro Rangel¹

Resumo: As palavras **informação e comunicação** em determinadas ocasiões são consideradas semelhantes quando de suas utilizações em diversos espaços sociais, tais como em programas televisivos e/ou radiofônicos, rodas de negócios e também no dia a dia, usualmente. Essas práticas defrontam-se e através de percursos distintos, muitas vezes, contrapõem-se no tocante à efetividade profissional das formas e meios comunicativos por não considerar as condições de produção, tanto na relação tempo e espaço como ainda por não observar que há significados inerentes aos termos – distintos – o que muitas vezes produzem equívocos nessas complementaridades. Verificando-se os processos e funcionamentos desses empregos esta pesquisa pretende observar os fundamentos que os definem e os conceituam na tentativa de compreendê-los em ocorrências imediatas e/ou mediatas. Para isso, fundamenta-se nas Teorias: da Comunicação e da Análise do Discurso Pecheutiana, numa discussão que envolve o léxico e os usos em desvios de sentidos.

Palavras-chave: Comunicação; Informação; Léxico; Discurso. Sentido.

Résumé :Les mots information et communication à certaines occasions sont considérés comme similaires lorsqu'ils sont utilisés dans divers espaces sociaux, tels que des programmes de télévision et / ou de radio, des roues de commerce et également, au quotidien. Ces pratiques sont confrontées et empruntent des voies différentes, qui vont souvent à l'encontre de l'efficacité professionnelle des moyens de communication en ne tenant pas compte des conditions de production, à la fois dans la relation temps-espace, mais aussi de ne pas observer l'existence de significations inhérentes. termes distincts - qui produisent souvent des malentendus dans ces complémentarités. En vérifiant les processus et les fonctions de ces emplois, cette recherche vise à observer les principes fondamentaux qui les définissent et à les conceptualiser afin de tenter de les comprendre dans des événements immédiats et / ou médiés. Pour cela, il est basé sur les théories: communication et analyse du discours pecheutien, dans une discussion qui implique le lexique et les utilisations dans les déviations de significations.

Mots-clés: Communication ; Informations ; Lexicon ; Discours ; Sens.

¹ Professor Adjunto III da Universidade Federal de Alagoas (UFAL/CAMPUS DO SERTÃO). Professor pesquisador ligado ao GEDON - Grupo de Pesquisa e Estudo Discurso e Ontologia (UFAL-MACEIÓ).

Início da reflexão

Neste artigo queremos discutir em torno do entendimento sobre Informação e Comunicação. Tais palavras, em geral, são consideradas iguais tanto em aplicabilidade quanto em sentido. Explicando melhor o que pensamos a esse respeito: embora semelhantes, em diversos entremeios, elas possuem diferenças no tocante a uma efetividade científica e teórica que carregam especialmente quando pensamos pela lógica semântica. E essa utilização sinonímica provoca-nos determinados estranhamentos, uma vez que as condições de produção e de consumo de dados, imagens e de outros artefatos sociais – em muitas áreas - provocam relações intersubjetivas de grande monta, tendo como aporte os mais diversos e diferentes campos de atuação das pessoas no trabalho, nos lares e no frenesi das relações sociais.

Entendemos que a Informação e a Comunicação possuem em suas bases três aspectos fundamentais, ou seja, a Concepção-Criação; a Adequação-Execução e a Expansão-Divulgação que se embrenham e se mesclam, contudo, não são as mesmas, em essências. Quando ocorrem entrelaces dessas instâncias há, necessariamente, a interferência de outras áreas tais como “a íntima inter-relação da Comunicação, da política e do marketing” (SOARES, 1996, p. 7).

Na intenção de empreender determinada expansão ao nosso pensamento queremos já pontuar: o que se vincula à informação é a capacidade que as pessoas têm de pensar e com isso influenciar outras pessoas e este conceito se relaciona, diretamente, com a produção, retenção e distribuição de dados; e, o que se relaciona à comunicação carrega os escopos de transmissão e recepção de uma mensagem. Por entendermos que tais funcionalidades se alicerçam por diversas práticas corriqueiras, cotidianas, sociais, profissionais e/ou acadêmicas acreditamos ser conveniente esclarecer alguns percalços advindos dessa mescla vocabular.

Se, por conseguinte, os planejamentos e ordenamentos de informação e comunicação, em vários níveis, abrangem subsídios e particularidades de usos ou não do que é produzido e divulgado e, nesse sentido, os acervos também se configuram como apropriadores de informações, podemos inferir que a denominada **era da informação**

caracteriza-se pelo “conjunto dos instrumentos técnicos ou a capacidade de armazenar e distribuir dados [...]” (Idem, p. 11).

Muito provavelmente, um dos pressupostos inerentes aos dados produzidos reside na capacidade de diálogo que parte de uma movimentação intrapessoal em direção a uma disseminação interpessoal. Contudo, abruptas inserções – às vezes, descabidas – em contato com os fluxos sociais causam ranhuras no processo sócio comunicativo que, **em tese**, não têm vinculações diretas com o que foi pensado/criado. Essas fissuras, naturalmente, refletem e refratam questões no comportamento social quanto à estrutura, e desqualificam o assente de princípios, processos e parâmetros no tocante aos apelos do imediatismo informacional, uma vez que a informação é o objeto a ser transmitido.

Por outro lado, sabemos que a palavra comunicação, originariamente, advinda do latim, cuja significação pauta-se, fundamentalmente, pela partilha de algo/alguma coisa para alguém não se liga, necessariamente, às tecnologias de ponta. A sociedade produz comunicação. Como nos diz Soares (Idem, p. 71) “o produzir comunicação tem se revelado a melhor forma de celebrar em plenitude o exercício da cidadania, na família, na escola, nos ambientes de trabalho, nas igrejas e – por que não? – nos próprios veículos de comunicação”.

Esse inter-relacionamento social comporta uma extensão que abrange o direito de vozes serem ouvidas, de entendimentos serem construídos, de participação efetiva no tocante aos princípios e costumes da sociedade.

Compreendemos que a importância da disseminação de conhecimentos multifacetados movimenta-se pelas práticas sociais. Esses fazeres interativos são constituídos de atos próprios e apropriados dos seres humanos extravasados em atividades cotidianas. Assim, acompanhamos as assertivas que constam em Berlo (1997, p. 13) “o comportamento comunicativo tem um campo de ação tremendamente amplo” e em Neves (1998, p. 88), quando nos diz que:

Há, rigorosamente, uma montanha de literatura falando sobre Comunicações e suas teorias. O campo é vasto, mistura-se com a Teoria da Informação e, de mãos dadas, ambas interpenetram outras ciências, tais como sociologia, psicologia, filosofia, história, ciência política, economia, além da matemática e estatística.

Como vemos, além de amplo e vasto (para nos ater aos ditos empregados pelos dois autores), a questão exige-se a uma reflexão. Assim, propomo-nos, perscrutar os sentidos advindos dos empregos dos termos em foco por uma necessidade de compreender melhor esses fenômenos. É importante, contudo, que desde já esclareçamos: nossa intenção aqui não é encontrar a verdade das palavras. Em algo que poder-se-ia pensar com higienização lexical. Comungamos, assim, do pensamento de Martino *in* Hohlfeldt; Martino; França (2010, p. 11) “Afim não temos nenhuma razão para negar outras acepções válidas. Ao tentarmos definir um **uso** para o termo comunicação [informação], o que está em questão é nos colocarmos de acordo sobre o que falamos, e que, por conseguinte nos interessa estudar”. (Grifo nosso).

Examinar o cerne de utilização e as intencionalidades objetivadas no âmbito social faz parte do fluxo desta investigação, que entende, assim como Santos (2003, p. 9), que “esses processos também estão permeados de ideologias (visões de mundo) e são fundamentais nas relações de poder”. São, em princípio, a movimentação ideológica que permeia as relações sociais em suas diversas qualificações.

Sendo assim, neste artigo, algumas categorias inerentes ao **Discurso**, precisam ser convocadas, tanto porque nos interessa, sobremaneira; Quanto por considerarmos conveniente uma reflexão que empreenda compreender os espaços e os momentos de empregabilidade de informação e comunicação, ou seja, as **Condições de Produção**; e ainda verificar movimentações que funcionam por entre sentidos concebidos como evidentes, numa fleuma orgânica de padronização, como se a linguagem fosse transparente. Utilizando-nos das palavras de Florêncio [et. al.] (2009, p. 64) “concebemos o discurso como ideológico, pois sua produção requer um sujeito socialmente situado; e é este lugar que define uma posição ideológica e aponta como o sujeito participa da produção de uma sociedade”. Queremos ainda observar as **formações ideológicas** que forjam conduções de significados por entre as **Formações Discursivas**.

Pontuamos, igualmente, que não é nossa pretensão abordar incisivamente a epistemologia e as origens dos fenômenos informacional e comunicacional. Ou mesmo iniciar qualquer querela que seja acerca dos postulados, princípios e procedimentos de ensino e aprendizagem sobre a questão. Trazemos, assim, essa análise por deprendermos, tal como nos diz Neves (1998, p. 18), que são matérias inerentes à

informação e à comunicação: “técnica, arte, disciplina, coleção de códigos e de símbolos, multissentido (...) – e outros mais” e, em sendo assim, observando ainda os fundamentos que definem esses termos e seu arcabouço conceitual empreendermos uma tentativa de “encontrar o lugar da comunicação [e da informação] em relação aos outros saberes constituídos” (MARTINO *in* HOHLFELDT; MARTINO; FRANÇA, 2010, p. 25). O que, do nosso ponto de vista, ocorre por intermédio de práticas sociais - base fundamental da Teoria da Análise do Discurso Pecheutiana, que nos filiamos.

Queremos ratificar, por conseguinte, que, neste artigo, o elemento investigador se dá em discurso, por entre articulações que se tocam em momentos específicos, circulam em diversos ambientes tangenciando emissor, mensagem, código, meio e receptor, os quais provocam efeitos de um processo, que é, em geral, multifacetado, porque, evidentemente, se constrói pelos préstimos/assistências de outras áreas.

No estudo que ora nos debruçamos trazemos a língua e a linguagem para este debate, mesmo sabendo de suas indiferenças às classes sociais, à ideologia. Mais precisamente também porque entendemos, como destaca Brandão *in* Figaro – Org. – (2015, p. 26), que “o falante utiliza a língua de acordo com a sua posição social e ideológica. Nesse contexto, o lugar do falante na perspectiva da Análise do Discurso é crucial”. Neste artigo pretendemos matizá-lo com um processo de entendimento em que os trâmites de produção, distribuição e recepção de informação e comunicação sejam considerados.

Situando a questão

A atual Formação Social em que se encontra a sociedade brasileira oferece diversas engrenagens de linguagem, mas não todas. Nem atende às múltiplas demandas de informação e comunicação sociais. Contudo, seus raios de abrangências são fortes, incisivos e, por entre um emaranhado de subterfúgios, se dão por entre amplas possibilidades no cardápio de discursos cotidianos, em muitas frentes de ação.

Em consequência disso, os significados de palavras e coisas parecem subverter a ordem da língua, espriam-se, diferentemente, por retomadas em posições discursivas, ensejando contraditórios propósitos de influência, uma vez que as Formações Ideológicas

do Capital e do Trabalho desenvolvem tipos de simulacros que, à primeira, parecem de desentendimento. Porém, como nos diz Santos (2003, p. 120) “a essa abstração, simulação da realidade, corresponde o *simulacro*, um mundo falso (composto por signos) que se torna mais atraente do que o verdadeiro”. (Grifo do autor). São pelas/nas engrenagens de língua/linguagem que as materialidades são constituídas e, ao mesmo tempo, constituintes dos dizeres em significados ora regulares ora irregulares. Essa plêiade de ditos e não-ditos nos interessam sobremaneira.

Assim compreendemos, isto é, que são pelos vieses dos sentidos que as palavras e coisas se dão. Por espaços, percursos, períodos e intervalos diferentes, assinalados/demarcados pelo Enunciado (Acontecimento), pela Estrutura (Relação Social) e pela Análise (PÊCHEUX, 2002). Sentidos esses que são produzidos por sujeitos. Como ainda nos diz o autor, desde quando afirmou em Semântica e Discurso² que “as contradições ideológicas que se desenvolvem através da unidade da língua são constituídas pelas relações contraditórias que mantém, necessariamente, entre si os “processos discursivos”, na medida em que se inscrevem em relações ideológicas de classe” (PÊCHEUX, 2009, p. 83-84), numa reflexão do entendimento entre a comunicação e a não comunicação.

Dessa forma, entendemos que os domínios da informação e comunicação se intensificam – tanto pelo número de mensagens lançadas quanto pela impossibilidade de eficiência nos processos relacionais que exigem ações recíprocas -, o que, necessariamente, vai de encontro a uma efetividade pragmática das formas e dos meios comunicativos. Em vista disso, procedimentos de inclusão pelo uso desses termos atrelam-se a uma suposta compreensão imediata, em que certo número de mensagens possível vincula-se aos mecanismos da Teoria da Informação com a finalidade de buscar o melhor rendimento para o que foi produzido.

Contudo, esse propósito colide em algumas impossibilidades de envolvimento em vínculos simples, intrínsecos pelas/nas formulações diárias. Por esse motivo, investe-se no uso de recursos diversos: redundância, escolha de códigos diferentes – e até inusitados -, para efetivação exitosa que deles se depreenda em aplicabilidades coletivas

² Livro que contém a base de sua teoria, ou seja, a Teoria da Análise de Discurso.

imediatas, direcionadas. Na maioria das vezes, momentâneas, passageiras e desconexas.

Foi exatamente pensando nos traços distintivos, nas características inerentes de cada um dos termos que nos ocupamos neste artigo – e também porque não estamos buscando encontrar o purismo do léxico (Não trabalhamos com a noção de genuinidade imputada às expressividades cotidianas) – que temos a intenção de esquadrihar o uso da língua e da linguagem que se desenvolve dentro de uma suposta e aparente neutralidade/opacidade. Que, a nosso ver, é, (parece incongruente e talvez por isso mesmo fascinante): (des)velada em discursos inter-relacionáveis.

Para essa compreensão, acompanhamos Pêcheux *in* Orlandi ([1978] 2012, p. 252) quando nos diz:

Falar (...) da história, em termos de pessoas e de coisas, de sujeitos e objetos, de intenções e do estado das coisas, como algo natural, como distinções transparentes que aparecem na linguagem sem qualquer ambiguidade, é desconsiderar totalmente a constituição essencialmente ideológica do discurso e do sentido.

É por isso que nos embrenhamos em busca de um ponto que entendemos ser fundamental: “como entender o que é a significação linguística, se ela emana dos signos ou da ação humana, se é possível alterar as significações através do discurso, se é possível ser exato na descrição de uma experiência cognitiva tão incontrolável quanto a significação...” (ILARI *in* JUNIOR FERRAREZI e BASSO, 2013, p. 10).

Assim, queremos reafirmar que as palavras e as coisas são pertinentes aos percursos sócios discursivos que estão sempre tão mesclados de “coisas e pessoas, processos técnicos e decisões morais, modo de emprego e escolhas políticas” (Pêcheux, 2002, p. 33), “ratificando-se pelas necessidades injuntivas de ler, descrever e interpretar que se encontram no texto pecheutiano” (RANGEL, 2016, P. 21).

Para melhor situar, dizendo de outro modo, o que queremos caracterizar são as INSTÂNCIAS de discursos. Uma URGÊNCIA de se fazerem representativos. Sejam pelas ideias, atuações, concepções etc.; Sejam pelas próprias referências ou as que a eles se relacionam, se reportam e indicam. A *práxis* ocorre. Como nos esclarece Pêcheux (2002,

p. 29) “não descobrimos, pois, o real: a gente se depara com ele, dá de encontro com ele, o encontra” (PÊCHEUX, 2002, p. 29).

Refletir os instantes de informação e comunicação é tentar compreender os sentidos. Eles nos sinalizam que tais realizações não ocorrem apenas como simples geração de informações ou mesmo laços de entendimentos comunicativos. Do nosso ponto de vista os sentidos de informação são efetivados pelas ações de sujeitos historicamente situados. Atividades que as entendemos como propulsoras de elementos favoráveis à divulgação de aspectos intrínsecos e/ou extrínsecos concernentes às palavras e coisas.

Como nos diz Magalhães (2018, p. 56-57) “(...) o **sentido** se faz pelo sentido léxico, pela construção sintática escolhida e por outras estruturas que a língua oferece (...) evidentemente que tudo é determinado pelas condições de produção e pela posição do sujeito discursivo”. (Grifo nosso). À vista disso, há que considerarmos os percursos da linguagem e os da expressividade do ser social: “(...) seus objetivos, propósitos e sentidos – se dão pelas significações intervenientes para além das normas sistêmicas, morfológicas e fonológicas” (RANGEL, 2016, p. 18).

Dessa forma, as particularidades de informação e comunicação se abrem à perspectiva de sujeitos constituintes e constituídos pelas/nas relações sociais. Isso nos faculta dizer que transitar por entre circunstâncias e envolver-se nas ocasiões dadas em que atributos subjetivos estabelecem sua força de diversas maneiras em situações possíveis e limítrofes proporcionadas pelas objetividades significam caminhar em busca de um entendimento único: o de alcançar ou interpretar os cruzamentos das significações discursivas dispostas por condições ou posicionamentos diferenciados. Da maneira como entendemos os meandros da questão em foco essa proposição pode facilitar uma melhor compreensão da realidade.

Procuramos, portanto, averiguar para além das aparências, analisando os efeitos de sentidos que advêm das condições objetivas dos discursos realizados. Como nos diz Orlandi (2000, p. 35) “na realidade, embora se realizem em nós, os sentidos apenas se representam como se originando em nós: eles são determinados pela maneira como nos inscrevemos na língua e na história e é por isto que significam e não por nossa vontade”. O que nos faz considerar a materialidade linguística proveniente das intermediações da

Linguagem e do Trabalho por entre um emaranhado de sentidos estabelecidos sócio, ideológico e historicamente em *práxis*.

É por este percurso que nos aproximamos da intenção de Orlandi (2012, p. 12-13) quando empreendemos esforços em ponderar que “com a prática do conhecimento sobre a linguagem: mexer com os automatismos, com a ilusão de transparência, fazer se movimentar a relação dos sujeitos com o sentido e, quem sabe?, com mundo” é possível e fascinante. É uma via que se abre à compreensão de influências e promoções valorizadas em padrões de comportamento social provocando ações e reações de consumo e também respostas de várias ordens.

Entendemos que é importante recuperar os significados sobre informação e comunicação na intenção de tentar alargar o debate que é muito pertinente a todos nós. Portanto, dizer que existe intimidade - algo muito particular – não constitui uma clareza absoluta dos processos e procedimentos. Ao circundar os **nós** que os sistemas de resposta social amparam e legitimam de usos e não usos do léxico, eles ainda nos indicam - afora seus significantes - variadas formas de exibições, que ancoradas em diversas intencionalidades, buscam, sempre, juntam-se incessantemente por entre as posições dos sujeitos nas mais variadas disseminações das relações de língua e de linguagem.

É dessa forma que compreendemos essas e outras proliferações de sentidos disseminadas socialmente. Tais materialidades nos fazem perceber o movimento da língua refletido e refratado pela linguagem. Deslocamentos esses que são históricos e fluidos e mesmo assim, ao mesmo tempo, que também ocorrem por intermédio de vários enfrentamentos. Já o dissemos em outro momento:

A língua manifesta-se em representações de sujeitos que (se)enunciam a partir de uma posição ideológica e através de propriedades que admitem falhas, lapsos, ambiguidades. A língua é utilizada nos mais diferentes âmbitos sociais, serve às suas incompatibilidades ou aos sentidos que podem ser alcançados/compreendidos cotidianamente, dependendo dos conteúdos e valores ideológicos que a ela se ligam, alcançando posicionamentos conscientes e inconscientes nas inter-relações entre ideologia e linguagem em *práxis* (RANGEL, 2016, p. 21).

Para melhor solidez do nosso pensamento desejamos estabelecer um exame dos efeitos de sentidos produzidos pelos sujeitos em suas materialidades discursivas, uma

vez que compreendemos que atividades enunciativas em contato com a realidade, objetivam-se. E, portanto, “um discurso pode servir a interesses diferentes e distintos” (Idem, p. 38). O discurso, por conseguinte, está em andamento, sempre! Nossa intenção, conseqüentemente, é demonstrá-lo pelo uso em realizações linguageiras dos usos dos termos/das palavras. Dessa forma, trazemos mais uma concepção sobre o discurso pelo que nos diz Possenti (2009, p. 63);

(...) que a relação entre a materialidade e algum referencial é sempre o efeito de um processo que tem, para simplificar, um pé na história e outro na articulação específica da materialidade dos enunciados. Essa formulação lembra a noção de processo discursivo proposta por Pêcheux (1969) que concebe o discurso como uma espécie de encontro entre um conjunto de condições de produção e de uma língua.

Adentrando-nos pelo recorte pecheutiano, é imperativo verificar que em seu procedimento de análise ele trata a língua pelo o que ela o é. “Ela é o lugar em que o discurso tanto se mostra quanto se dissimula, exigindo, por isso, instrumentos e protocolos específicos de leitura. (...) De qualquer forma, o analista de discurso precisa passar pela ordem da língua, embora não possa contentar-se com esta análise” (IDEM, p. 69).

Em termos práticos não há uma originalidade constitutiva nas palavras quando exercidas em linguagem. Como nos diz Orlandi (2000, p. 59 e 60) não se “procura o sentido “verdadeiro”, mas o real do sentido em sua materialidade linguística e histórica. (...) Uma mesma palavra, na mesma língua, significa diferentemente, dependendo da posição do sujeito e da inscrição do que diz em uma ou outra formação discursiva”. É exatamente assim que trabalhamos esta investigação: pelos meandros das palavras **informação** e **comunicação**. Tanto em relação aos seus usos quanto por suas adequabilidades enunciativas. Essa linha investigativa não se assenta neutra. Nem esse é a questão abordada: porque, como já requeremos, temos uma linha teórica que nos impulsiona diferentemente.

A feitura das ideias e suas maneiras de transmissão nos interessam, em particular. Essa mobilização social encampa não apenas a língua e a linguagem. Ela se exige dinâmica, tanto pelo aproveitamento de recursos inerentes aos funcionamentos sistêmicos quanto e, principalmente, pelas interferências dos sujeitos. Sujeitos que vivem

em sociedade circulando por entre inúmeros, singulares, particulares e mesclados trajetos. O intrincado viver é sempre palco de possibilidades e é nele e por ele que tecemos considerações de nosso estudo em busca de outros/novos esclarecimentos. Melhor dizendo: “o fato de ser ideológico não isenta o conhecimento científico da busca da explicação do objeto” (FLORÊNCIO [ET. AL], 2009, p. 87). Assim, para nós, este é mais um motivo que nos impulsiona ao estudo e à pesquisa: conhecer para melhor compreender o que se estabelece socialmente como informação e comunicação.

Por entendermos que existem muitos fios entrelaçados nas materialidades discursivas, queremos deixar claro como vamos proceder esta análise. Nossa intenção é utilizar uma metodologia simples: apresentar as situações de informação e comunicação, demonstrar seus funcionamentos apontando as categorias discursivas, concomitantemente e proceder as análises do *corpus*.

Gesto de análise

Para facilitar a compreensão de nosso procedimento interpretativo decidimos trazer as ocorrências em forma de Sequências Discursivas (SD), apontadas numericamente. Assim, temos:

SD1 – Pequeno cartaz fixado na parede de um banco, o qual o denominamos de **Z** como também **o desenrolar de uma situação com determinado cliente que o denominamos de Y**, na cidade de Maceió;

SD2 - Bordão famoso de propaganda criado para uma marca de eletrodoméstico.

Assim se configura a metodologia que aplicamos na intenção de melhor realizar o percurso analítico e que facilitará a compreensão deste procedimento.

SD1 – Informações contidas em um pequeno cartaz fixado na parede do banco, na cidade de Maceió.

“Venha para o nosso Banco, preencha o cadastro, e apenas com a **comprovação das informações** dos seus dados pessoais e financeiros você **sai daqui, imediatamente, com o financiamento que deseja para desfrutá-lo como quiser**”. (Grifos nossos).

Fonte: o autor

O cliente X que mora na rua Y, número 2; Data de nascimento A, Trabalha na Indústria W e recebe o valor de R\$, por mês, entra no Banco Z, pois, pretende um financiamento no valor de R\$, cujo pagamento mensal não compromete em 30% do que ele recebe por mês. Quando ele ver o cartaz tem a certeza de que irá conseguir o que deseja/precisa.

Com base nas informações contidas no cartaz, entende-se que o cliente X deve apresentar as informações requisitadas pelo o banco Z que analisará o seu pedido. E se o cliente comprovar as informações de salário, residência e outros bens, tais como: carro, imóveis etc., receberá o valor do financiamento desejado.

A partir desse encontro inicial entre o Cliente X e o Banco Z, o departamento de análise do banco concluiu que, mesmo tendo sido confirmadas **as informações** prestadas pelo cliente, aquelas não foram suficientes no sentido de manter uma **relação de comunicação financeira** entre ambos. Foi dito que, para além do que o cliente apresentou no departamento de cadastro do banco, outros órgãos de verificação de crédito foram acionados em busca da lisura do cliente em compromissos anteriores, havendo, portanto, a necessidade de garantias exteriores afora as informações prestadas como dados pessoais e financeiros na ficha cadastral. O cliente X precisa apresentar um avalista. Há a necessidade, portanto, de um entendimento maior de pressupostos na informação dada (produzida) que resvala para que a comunicação financeira discursiva seja eficiente e eficaz. E a execução do financiamento seja concretizada. Do nosso ponto de vista, neste caso, o intradiscurso não deu conta das memórias discursivas em curso: a das informações no cartaz nem a do cliente X.

As condições de produção de discursos em uma sociedade capitalista consideram não apenas o contexto imediato em suas movimentações de linguagem, uma vez que, mesmo sabendo quem são os sujeitos, e mais ainda, de onde e para quem eles falam – ou seja, evidências de formações discursivas asseguradas – há um fio condutor da ideologia do capital que perpassa as relações contábeis que não foi suficientemente forte para aprovar, no mesmo instante, o financiamento desejado. A assinatura de outrem passa a ser imprescindível. Estabelece-se neste momento outro intradiscurso que extrapola o dito discursivo do cartaz.

Mesmo quando nos atemos, especificamente, aos postulados da Teoria da Informação também constatamos que as informações – por elas mesmas, se assim pudermos dizer – apontam para (im)parcialidades. Dizendo de outra maneira, as empresas “que produzem bens e serviços, que **manejam informações**, contam-se entre as mais ágeis e, sobretudo, têm um enorme poder de liderança sobre as demais” (SOARES, 1996, p. 15 e 16). (Grifo nosso). Vincula-se, portanto, o discurso de uma (des)estabilização do cliente **X** que precisa equilibrar a (des)estabilização do Banco **Z**; As quais, necessariamente, fortalecem a permanência do Capital e do Consumo.

Questionamos: As informações só foram suficientes para comprovação dos dados na ficha cadastral? Dessa maneira, informações é algo que tem movimentação, essencialmente, intrínseca? Há pré-construídos nas informações que o uso de linguagem na materialidade discursiva do cartaz não se realiza pelo desejo do cliente que não se concretiza? Há, conseqüentemente, um engessamento nas informações? E, como posto, pela **opacidade** da língua? Na materialidade discursiva a linguagem é simples e direta: “**e apenas com a comprovação das informações dos seus dados pessoais e financeiros você sai daqui, imediatamente, com o financiamento que deseja para desfrutá-lo como quiser**”.

Esses e outros questionamentos nos impulsionam a continuar esta análise. Por ora, pensamos, nesta reflexão, que há mais do que palavras em possibilidades languageiras cotidianas. O léxico não dá conta? Ou a relação financeira proposta está em outro patamar, ou seja, a comunicação discursiva precisa de outras relações? Como nos diz Orlandi (2012, p. 13) “Mais do que isso: [existem] condições para produzir além do lido, desenvolver esse campo de análise abrindo sempre novas possibilidades para o presente e o futuro, no conhecimento da linguagem”. É por essas produções de informações que parecem, à primeira vista, instantâneas e consolidadas de um entendimento imediato que buscamos compreender os sentidos do envolvimento comunicativo discursivo circundante nas relações sociais. A formação ideológica que ampara o Capital se dá, não apenas pelo estabelecimento do lucro – modelo unificado para todas as empresas - mas, também por uma garantia que vai além do que signifique comprovar as informações solicitadas. A formação discursiva financeira se protege e é desconfiada, mesmo tendo em mãos as comprovações requeridas. Pelo menos de acordo

com o que consta no cartaz: as que podem/poderiam ser compreendidas como suficientes. Mas, não foram.

SD2 - Bordão famoso de propaganda criado para uma marca de eletrodoméstico:

“Não é assim uma Brastemp” - Um dos principais desafios das marcas é gerar diferencial competitivo com relação à concorrência. A propaganda é responsável por facilitar essa missão. Depois que as campanhas criadas pela Talent passaram a utilizar essa expressão, a Brastemp começou a se fortalecer como sinônimo de qualidade. E as outras passaram a ser descritas como “não é assim uma Brastemp” na boca do povo.

Fonte: Portal Administradores

A criatividade é uma qualidade inventiva da qual depende a redação da propaganda, de uma forma geral. Ao trazermos o bordão: **Não é assim uma Brastemp** queremos discutir não apenas o quanto de informação e comunicação é possível compreender para o desenvolvimento desta criação, mas, principalmente, como a informação e a comunicação são produzidas e percebidas. De maneira específica, ainda nos debruçaremos no tocante ao uso do bordão como sinônimo de qualidade, tal qual está colocado na postagem do Portal Administradores, e também pelas pertinências desse tipo de informação e pelo desenrolar dessa forma de comunicação na sociedade.

Do nosso ponto de vista, há uma injunção de forças para que este tipo de redação se dê bem com a oralidade em uma situação cotidiana inusitada e desse encontro “as relações entre língua, identidade, sujeito e nação [sejam] essenciais para a construção de uma concepção de língua que vá além do convencional e privilegie o contexto no qual os enunciados são produzidos e a relevância do sujeito na produção do discurso” (Ascot, 2018, p. 49). Assim, entendemos que por esse intradiscurso, o bordão é ressignificado. Mesmo iniciando por uma negativa, o que ele propõe proporciona um ganho maior, as outras marcas **não são assim uma Brastemp**. A informação é comunicada para favorecer um cumprimento social: a ideologia atua por intermédio da informação que se

reverte, desfavoravelmente, aos outros produtos e às outras marcas. Essa fluidez discursiva se dá em um fluxo que ocorre pela historicidade.

O plano histórico – lugar de transformação das relações humanas – funde-se ao plano discursivo, movimento no qual a língua mostra-se como atividade social, e não mais como simples instrumento de comunicação ou troca de informações. E sendo a língua uma atividade social, ela é capaz de estabelecer normas, legislar, fazendo, então, política (ÁVLIS, 2018, p.16).

A política desta informação: **Não é assim uma Brastemp** desvincula-se do processo linguístico normativo e articula-se ao produto e à marca por um deslocamento que aponta significados extrínsecos: cotidianamente pessoas passam a **não ser assim uma Brastemp**, por exemplo.

Trilhando por esse percurso, é possível pensar que as construções de articulações, base da informação e da comunicação, parecem estar desfeitas. Mas, o efeito de sentido provocado é exatamente o de potencializar essa inversão: aparentemente, destroem-se as relações da língua que ganham sobrevida nos discursos que se intensificam no dia a dia pelo fortalecimento de uma ideia, não como sinônimo, e sim pela utilização de uma figura de linguagem muito requisitada no dia a dia, a metáfora. A perspicácia dessa finalidade está – resguardadas as proporções - como nos diz Pêcheux (2002, p. 20) no que continua, isto é, “o confronto discursivo prossegue através do acontecimento...”. Cada consumidor sublinha essa equivocidade metafórica e assume-a em muitas ocasiões, cotidianamente.

Trazemos, portanto, em nossa análise uma ligeira reflexão sobre o emprego discursivo da metáfora. Essa que é uma das figuras de linguagem que altera seu significado para além do entendimento sistêmico da língua. Estudada e analisada em vários campos teóricos, tais como, textualidade, literário, cognitivo, pedagógico, psicológico etc. Ela o é também investigada pela distinção linguística. Segundo Freitas (2018, p. 34) “ela não depende apenas da produção ou do arranjo de signos, - (fomento de informação e comunicação) – mas também do contexto no qual está inserida”. E é por essa natureza que a trazemos nesta pesquisa, como fenômeno histórico e social.

No tocante à AD interessa-nos compreender o atravessamento dos discursos. Nesse caso, em particular, pelo aproveitamento de uma metáfora imagética que amplia

seu raio de ação comunicativo, especificamente o da publicidade e propaganda, que, em tese, é o de criar imagem ou uma identidade para o produto/marca, transmitindo o posicionamento desejado. A interferência, portanto, não é apenas a de criar relações com alguém, alguma coisa ou entre coisas, como um processo de troca de pensamentos ou sentimentos através de uma linguagem verbal ou não verbal.

Há no bordão: **Não é assim uma Brastemp** o que já apontamos em outro estudo: **intuito discursivo publicitário** (RANGEL, 2016). Fixar na mente do consumidor é papel do marketing pelo *share of mind* – intensidade de lembrança na mente. A metáfora neste bordão publicitário, discursivamente, resgata essa injunção comunicativa, que, com sutileza, produz mais do que informações: pela mediação da língua, que, como já o dissemos, “manifesta-se em representações de sujeitos que (se) enunciam a partir de uma posição ideológica e através de propriedades que admitem falhas, lapsos, **ambiguidades**” (IDEM, p. 21). É, precisamente, por essa ordem e organização da língua (ORLANDI, 2004) que é possível observar deslizos “que nos levam a compreender fatos da ordem do discurso” (IDEM, p. 51), circunstanciados (muitas vezes, disfarçados) de informação e comunicação.

Momento de pausa

Porque para dar continuidade, é preciso pausar, se não, o fio enrosca, a tinta seca, o elástico arrebenta, a energia finda, o amor se cansa.

Emília Freire

Partilhamos a ideia de que não há finalização nos processos investigativos no tocante à pesquisa, aos estudos teóricos e suas similitudes. Chegamos ao momento de arrematar o que tecemos até aqui. Por uma ótica paralela no tocante aos estudos sobre informação e comunicação, nossa discussão envolveu o léxico e seus usos em desvios de sentidos tendo como suporte a Teoria de Análise do Discurso Pecheutiana. Esta investida, embora ainda tímida, revela-se como fonte de aprendizagem por campos semelhantes de saberes e que circundam diversos estudos em torno da área das humanidades, de modo geral.

É preciso dizer também que esse olhar interdisciplinar caminha em igualdade de condições com a interdiscursividade. Os discursos se revestem de outros **já ditos**, sejam imbuídos de implícitos, memórias, silêncios, complementos etc., por entre as mais diversas formações discursivas, que tentam manter ou transformar a realidade social. Os interesses são movimentados pelas formações ideológicas com anteparo da língua/linguagem que produzem e reproduzem os cernes do capital, do consumo e do trabalho no espaço social.

Mesmo em meio ao entusiasmo de uma satisfação momentânea afirmamos que ainda necessitamos aprofundar a questão aqui apresentada e também outras questões correlacionadas. Compreendemos, fortemente, que as pesquisas, de maneira geral, são um recorte de um momento, um olhar carinhoso para determinado objeto/corpus. Nossa proposta foi expressar um incômodo que se vale de desvios do léxico e extrapola para o discurso, no nosso ponto de vista.

Assim, decidimos trazer essa reflexão por um percurso de sutileza. Essa escolha pode ressaltar falta de austeridade e rigor. Contudo, como nos diz Silva *in* Hohlfeldt; Marino; França (2010, p. 171) “pensar com leveza exige riscos. Um desses riscos, evidentemente, é o da superficialidade. Resta crer que na superfície se escondem fenômenos profundos”. Queremos avançar e aprofundar, dentro do possível.

Esperamos, portanto, que essas considerações tornem realizáveis outras/novas leituras que contribuam para melhorar o entendimento dinâmico quanto aos usos lexicais e os de construção de sentidos que envolvem a informação e a comunicação.

Referências

ASCOT, AVRAM. Como se fala internetês? **Conhecimento Prático**: Língua Portuguesa. Publicação bimestral da EBR – Empresa Brasil de Revistas Ltda., São Paulo, Edição 72, p. 48-51, Agosto/Setembro-2018.

ÁVLIS, Wagner. Desmascarando o eufemismo. **Conhecimento Prático**: Língua Portuguesa. Publicação bimestral da EBR – Empresa Brasil de Revistas Ltda., São Paulo, Edição 72, p. 14-20, Agosto/Setembro-2018.

BERLO, David Kenneth. **O processo da comunicação**: introdução à teoria e à prática. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BRANDÃO, Helena Nagamine. Enunciação e construção do sentido. In: FIGARO, Roseli. (Org.). **Comunicação e Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2015.

FLORENCIO [et. al.] Ana Gama. **Análise do discurso**: fundamentos & práticas. Maceió: EDUFAL, 2009.

FREITAS, Abrahão Costa de. O poder da Metáfora. **Conhecimento Prático**: Língua Portuguesa. Publicação bimestral da EBR – Empresa Brasil de Revistas Ltda., São Paulo, Edição 72, p. 32-41, Agosto/Setembro-2018.

MAGALHÃES, Belmira. Materialismo histórico-dialético e práticas discursivas. In: BARBOSA FILHO, Fábio Ramos; BALDINI, Lauro José Siqueira. **Análise de discurso e materialismos**: prática política e materialidades. (Org.). Campinas, SP: Pontes Editores, 2018.

MARTINO, Luiz C. De qual Comunicação estamos falando? In: HOHLFELDT, Antonio; Martino, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. (Org.). Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

NEVES, Roberto de Castro. **Imagem Empresarial**: como as organizações (e as pessoas) podem proteger e tirar partido do seu maior patrimônio. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso**: Michel Pêcheux - Textos selecionados. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.

_____. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Campinas, SP: Pontes, 2004.

_____. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 2000.

PÊCHEUX, Michel. **O Discurso**: estrutura ou acontecimento. Campinas, SP: Pontes, 2002.

_____. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2009.

_____. As massas populares são um objeto inanimado? In: ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso**: Michel Pêcheux - Textos selecionados. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.

PORTAL ADMINISTRADORES. Disponível em:
<http://www.administradores.com.br/noticias/marketing/10-bordoes-da-propaganda-que-se-tornaram-populares/80839/> Acesso em 03.02.2017

POSSENTI, Sírio. **Questões para analistas do discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

RANGEL, Heder Cleber de Castro. **Nossos Comerciais, por favor!**: Uma análise discursiva sobre a linguagem publicitária. Curitiba, PR: CRV, 2016.

SANTOS, Roberto Elísio dos. **As teorias da comunicação**: da fala à internet. São Paulo: Paulinas, 2003.

SILVA, Juremir Machado da. O pensamento contemporâneo francês sobre a comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; Martino, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. (Org.). Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Sociedade da informação ou da comunicação?** São Paulo: Cidade Nova, 1996.

Recebido em: 27 de agosto de 2019

Aceito em: 26 de novembro de 2019

Publicado em: dezembro de 2019