

DIEGO VIEIRA BRAGA

REPRESENTAÇÕES DO TEMPO NA PUBLICIDADE
DE RELÓGIOS DE PULSO: UMA ANÁLISE DISCURSIVA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Católica de Pelotas, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras.

Área de Concentração: Linguística Aplicada

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Aracy Ernst-Pereira

Pelotas, RS

2013

DIEGO VIEIRA BRAGA

REPRESENTAÇÕES DO TEMPO NA PUBLICIDADE
DE RELÓGIOS DE PULSO: UMA ANÁLISE DISCURSIVA

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. José Horta Nunes - Unicamp

Prof^a. Dr^a. Ercília Ana Cazarin - UCPel

Prof^a. Dr^a. Aracy Ernst-Pereira - UCPel - Orientadora

Pelotas, 05 de abril de 2013.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pela vida. A força da oração e da fé em Jesus Cristo e na Virgem Maria que me manteve de pé e coerente com meus princípios.

Aos meus familiares, pessoas que fizeram o que estava ao alcance pelo meu bem, dando-me mais do que tiveram, mais do que eu merecia e que têm a certeza de continuar em mim e eu, a benção de contar com eles. Com todo o meu coração, agradeço à Davanira, única como toda mãe, e que o é com toda força, amor e atenção que a palavra contempla, sem a qual não seria tão humano, pois me ensinou que o que vale é o bem, a humildade e a correção.

À Patrícia e ao Beto, esses dois que “teimam” em redefinir os termos, extrapolando o significado biológico da palavra irmão para atingir um outro nível, o de uma amizade que só quem compartilha dela pode entender. Meu obrigado por esta amizade e por ter sido o caçula, pois não poderia ter tido melhores exemplos para espelhar meu caráter e conduzir minhas atitudes nos aprendizados do dia a dia.

Ao tio Zé e à tia Adelina, por sempre me presentear com a alegria das voltas do chimarrão e a sabedoria de uma palavra amiga.

Aos mestres que me oportunizaram o gosto pelo conhecimento e a vontade de seguir este caminho. Em especial, meu carinho à primeira professora, Vanda Eliever, aquela que, como ensina uma consagrada propaganda, “a gente nunca esquece”; à prof^a. Fany, dona do incentivo mais espontâneo e entusiasmado que já recebi, que me emociona até hoje; e à Prof^a. Ana Amélia, pela confiança que depositou em mim desde o início. Concretamente meu obrigado à Prof^a. Dr^a. Aracy, pela importância de cada ensinamento e pela sua orientação firme e motivadora; à Prof^a. Dr^a. Carmen, pelo apoio e incentivo incansáveis; e a todos os professores, funcionários e colegas do PPGL — UCPel pela sempre generosa e produtiva convivência.

Agradeço aos amigos da Incomum — Comunicação Estratégica, pela compreensão e pelo companheirismo diário.

A todos o meu simples, porém sincero, muito obrigado.

Por mais que sejamos o nosso próprio tempo,
às vezes somos o tempo de outros e outros são os nossos tempos,
às vezes sem querer, às vezes querendo, às vezes dormindo, às vezes acordados.

Doménico Cieri

RESUMO

O presente estudo efetua uma análise discursiva da representação da temporalidade em dois anúncios publicitários de relógios de pulso veiculados em décadas diferentes. Com base na Análise do Discurso de linha francesa, foram investigados os processos de produção desses discursos, atentando para a constituição e para a especificidade das relações dos sentidos em cada período. A partir de um exercício bibliográfico, foram levantadas formas de apreensão e transformações na experiência temporal na sociedade, sempre em vista das implicações para os sujeitos. A análise identificou determinações sócio-ideológicas e imaginárias envolvidas na construção de discursividades sobre o tempo, que representam não só a instituição, mas também a interpretação material dessa dimensão na concretude das relações sociais.

Palavras-chave: discurso; publicidade; tempo; representações.

RESUMEN

Este estudio realiza un análisis discursivo de la representación de la temporalidad en dos anuncios de relojes de pulsera que fueron emitidos en diferentes décadas. Basado en el Análisis del Discurso de origen francesa, se investigó los procesos de producción de estos discursos, ponderando a la constitución y a la especificidad de las relaciones de sentidos en cada período. A partir de un ejercicio bibliográfico, se plantearon modos de aprehensión y cambios en la experiencia temporal del sociedad, siempre teniendo en cuenta implicaciones para los sujetos. El análisis identificó determinaciones socio-ideológicas y imaginarias que intervienen en la construcción discursiva sobre el tiempo, representando no sólo la institución, sino también la interpretación material de esta dimensión en la concretud de las relaciones sociales.

Palabras clave: discurso; publicidad; tiempo; representaciones.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.....	84
Figura 2.....	95

SUMÁRIO

1 PROBLEMATIZAÇÕES INICIAIS.....	09
2 PERSPECTIVAS TEÓRICAS ACERCA DO TEMPO.....	12
2.1 O tempo em Castoriadis.....	12
2.2 O tempo em Harvey.....	16
2.3 O tempo em Bauman.....	20
2.4 O tempo em Augé.....	23
2.5 O tempo em Thompson.....	26
2.6 O tempo em Marcondes Filho.....	29
2.7 O tempo em Castells.....	34
2.8 O tempo em Fiorin.....	38
2.9 Considerações sobre as perspectivas à luz da Análise do Discurso.....	42
3 CONSTITUIÇÃO TEMPORAL NO DISCURSO.....	57
3.1 Representação e imaginário.....	57
3.2 Representação e ideologia.....	59
3.3 Representação e real.....	61
3.4 Representação e memória.....	63
3.5 Representação e subjetividade.....	65
3.6 O tempo no discurso.....	67
4 PUBLICIDADE.....	70
4.1 Comunicação e discurso.....	70
4.2 Do fazer publicitário.....	71
4.2 Do dizer publicitário.....	72
4.3 Do discurso publicitário.....	75
5 DISPOSITIVO ANALÍTICO.....	78
5.1 Posicionamentos metodológicos para as análises.....	78
5.2 Princípios de orientação durante as análises.....	81
6 ANÁLISES.....	84
6.1 Anúncio anos 1970.....	84
6.2 Anúncio anos 2000.....	95
6.3 Considerações sobre as análises.....	103
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	105
8 REFERÊNCIAS.....	108

1. PROBLEMATIZAÇÕES INICIAIS

Costuma-se dizer que o tempo voa. Raro é se perguntar as condições desse voo.

Comentários sobre como as horas parecem correr, não sendo suficientes para realizar todas as atividades exigidas ou planejadas, ou sobre como os anos parecem estar passando mais depressa são manifestações que expressam na linguagem sensações a respeito da experiência humana com o tempo. Na contemporaneidade, essas impressões têm se sobressaído e formado um estranho e angustiante consenso. Por vislumbrar nesse tipo de relato índices de processos que estão além da percepção individual, o presente estudo se dispõe a investigar relações entre o tempo e o que condiciona seu voo.

Considerando que fatores de ordens diversas, como culturais, econômicos ou políticos, por exemplo, influem nas representações assumidas para o tempo, desconfia-se que essas não reportem apenas sentidos ligados a cronologias, restritos ao cômputo da passagem temporal. Por isso se deseja empreender uma reflexão interpretativa, que não se limite à temporalidade enquanto significação de fenômenos naturais. A posição de trabalho aqui assumida exige esse deslocamento para melhor compreender como sentidos figurativizados e instrumentalizados em relógios e calendários impregnam o cotidiano, como atravessam e estruturam conhecimentos e modos de agir das pessoas.

Tendo em vista as inúmeras implicações da temporalidade na organização da vida diária e das relações em sociedade, como nas práticas de consumo dos sujeitos, este estudo concentra esforços em um exercício de análise da representação temporal a partir de um discurso a que elas seriam inerentes: anúncios publicitários de relógios de pulso¹.

Forma de comunicação persuasiva consagrada pelas transformações no comércio e na economia, entende-se a publicidade como tendo um valor contributivo também para pensar temas no âmbito social. Suas peças costumam reproduzir significados compartilhados historicamente, refletindo experiências culturais e modos de viver. Acredita-se que constitua um espaço privilegiado para compreender formas de lidar com a temporalidade, pois mesmo

¹ Popularmente se atribui a Santos Dumont a invenção do relógio de pulso, mas segundo Leon (2005), o pai da aviação apenas solicitou ao seu amigo Louis Cartier, famoso fabricante de joias, um modelo alternativo ao de bolso, já que com esse tipo de relógio era difícil saber as horas estando com as mãos ocupadas pilotando seus aeroplanos. O joalheiro, observando o costume de Dumont de prender com um lenço o relógio de bolso ao redor do pulso, desenhou um protótipo batizado de Santos, preso ao braço por uma correia de couro fechada por uma fivela. Segundo o site Mundo dos Relógios, os relógios de pulso teriam sido criados pela empresa Patek Philippe no fim do século XIX, que os produzia sob encomenda, em geral para o público feminino de forma que sua função utilitária se confundia com a de adorno, tal qual um bracelete. A Santos Dumont coube, portanto, a popularização do artefato entre os homens. Usado por soldados já a partir da Primeira Guerra Mundial em versões mais rudimentares, difundiu-se rapidamente como instrumento prático de saber as horas.

suas próprias operações são afetadas pelas percepções consensuais acima mencionadas. O presente trabalho começou a ser delineado a partir de uma delas, a crença de que os anúncios publicitários devem apresentar textos cada vez mais concisos, porque ninguém mais teria tempo para ler textos longos. Uma percepção que condiciona atividades como a do redator publicitário e que está atrelada à dinâmica da vida cotidiana e aos valores celebrados na conjuntura.

Considerando que, conforme a relação do sujeito com o tempo muda, a linguagem e as relações sociais também se modificam, propõe-se um estudo que investigue alterações na percepção do tempo na contemporaneidade e a construção de novas discursividades. Julga-se pertinente examinar como foram e como são agora representados na publicidade os efeitos da concepção do tempo e o que isso indica sobre o modo como o sujeito o percebe e se relaciona com ele. A base para essa reflexão é o conjunto teórico e metodológico da Análise de Discurso de linha francesa (AD), que permite investigar processos de constituição/produção discursiva e relações de sentidos.

A pesquisa tem como objetivo principal analisar as representações e o manejo da temporalidade em dois períodos históricos através das estratégias discursivas de anúncios publicitários de relógios de pulso veiculados na revista *Veja*. Orienta-se também segundo os seguintes objetivos específicos: a) identificar marcas discursivas referentes à temporalidade na relação entre a materialidade linguística e imagética de anúncios integrantes do corpus; b) verificar o modo como são estabelecidas as relações entre o produto anunciado e os aspectos temporais inscritos em tais anúncios; c) investigar de que modo e em que medida as transformações discursivas por que passa a temporalidade nos anúncios publicitários se relacionam a pressupostos ideológicos; d) examinar de que modo e em que medida um discurso voltado à aceleração temporal se estabelece em função de características das subjetividades contemporâneas.

O estudo inicia com um exercício bibliográfico dedicado à composição de um quadro teórico-descritivo do tempo. Por serem recobradas proposições advindas de diferentes perspectivas, sobrevém a esse um alinhamento com os pressupostos da AD.

O capítulo seguinte aprofunda a discussão sobre representação no âmbito discursivo, sendo mobilizadas noções basilares como imaginário, ideologia, real, memória e subjetividade, em um percurso que aflui à constituição temporal no discurso.

A seguir, discute-se a publicidade por meio de uma abordagem que enfoca seu caráter persuasivo e como a história e o social circunscrevem e repercutem em suas manifestações. Convoca-se o aporte de estudiosos da AD sobre essa área.

A parte analítica do estudo se efetiva pela construção de um dispositivo de análise e pela aplicação deste, articulado a retomadas teóricas, sobre um *corpus* de arquivo formado por dois anúncios coletados no acervo digital de Veja, testemunhos não só da representação do tempo, mas também das determinações que operam sobre ele.

2 PERSPECTIVAS TEÓRICAS ACERCA DO TEMPO

O tempo sempre esteve entre os temas que mais suscitaram a reflexão humana. Do gesto primitivo de acompanhar a evolução dos astros à contemplação de pensadores de diversos campos do conhecimento, a humanidade sempre se viu diante do desafio de tentar compreender e lidar com a força irrefreável da passagem temporal. No presente estudo, circunscreve-se essa milenar reflexão às formas de representação e produção de sentido na contemporaneidade. Busca-se por meio de uma abordagem teórica plural, apresentar, ainda que de forma breve, algumas designações e proposições. Logo após, dialoga-se com esses estudos conforme as possibilidades de articulação com as noções teóricas e metodológicas da Análise de Discurso de linha francesa (doravante AD).

Inicialmente, visualiza-se uma perspectiva filosófica, em Castoriadis (1982); em seguida são consideradas reflexões da modernidade e pós-modernidade, em Harvey (2000), Bauman (1998; 2001) e Augé (1994; 2006); retomadas percepções com foco cultural e midiático, em Thompson (1995; 2008), Marcondes Filho (1996), e Castells (1999, 2003); e finalmente um olhar vinculado à Teoria da Enunciação, em Fiorin (1999).

Mobilizando tais percepções espera-se compor uma base teórico-descritiva que subsidie a reflexão sobre o tempo na AD e enriqueça a investigação posterior quanto as suas representações e movimentações de sentidos no discurso publicitário.

2.1 *O tempo em Castoriadis*

A partir da filosofia, Cornelius Castoriadis (1982) faz uma abordagem do tempo na sociedade e na história, em que elucida sua construção imaginária e a importância que adquire como elemento organizador e de manutenção das determinações que o instituem.

Para o autor, as pessoas em geral têm um entendimento tácito sobre o tempo. Do mesmo modo que acreditam que a ciência já se ocupa de levantar questões sobre esse assunto, ignoram as respostas (p. 222-223). O autor lembra então que não há consenso nem entre especialistas, como no caso dos físicos, cujo saber não consegue explicar, por exemplo, se o tempo é interior ou exterior ao próprio observador, “se corresponde a algo de separável do observador ou somente a uma maneira obrigatória para este de examinar uma multiplicidade” (p. 223).

Castoriadis busca pensar o tempo não simplesmente e somente como indeterminação, mas antes aparecimento de determinações, ou em seu dizer, de “formas-figuras-imagens-*eidé*”

outras” (p. 223). O tempo, dimensão tanto da imaginação radical do sujeito enquanto sujeito, como do imaginário social-histórico, é emergência de figuras outras, que segundo Castoriadis seriam “imagens” (para o sujeito) e *eidé* social-históricas, instituições e significações imaginárias sociais (para a sociedade) (p. 228).

Castoriadis declara que o tempo se autoaltera, isto é, ele só “é” na medida em que está “*por-ser*”. Sendo alteridade-alteração, separa-se da noção de temporalidade, segundo o autor, modalidade secundária e derivada (p. 226-228) [grifos do autor]. O sentido conferido ao tempo nessa perspectiva, além de exigir pensá-lo como fazendo ser modos de ser e de pensar outros, apresenta a sociedade e a história presas ao fluxo perpétuo da autoalteração, que se estabiliza e se torna visível pela instituição (p. 241).

Segundo Castoriadis, a instituição do tempo é sempre componente essencial na concepção que a sociedade tem de si própria e para com o mundo (p. 222). Conforme o autor, cada sociedade apresenta modos particulares de instituí-lo, representando-o e, ao mesmo tempo, fazendo sua autoalteração incessante (p. 221). Pode-se apreender que cada sociedade tem sua própria maneira de ver e de fazer o tempo, um fazer ser social-histórico como quer Castoriadis, que ela desenvolve existindo.

Do tempo explicitamente instituído pela sociedade, Castoriadis distingue duas dimensões, uma identitária e a outra imaginária, segundo ele diferentes e obrigatórias. O tempo instituído como identitário se relaciona à medida do tempo ou à imposição ao tempo de uma medida, que o segmenta e demarca. Um exemplo notório é o calendário, cujas divisas numéricas, referenciam fenômenos naturais. O tempo instituído como imaginário é o tempo da significação, ou tempo significativo, em que são concebidos limites e períodos, sem um referencial lógico natural. Nesse tempo socialmente imaginário está apoiada a ideia de uma origem e de um fim do mundo, de períodos como eras, idades (como as de ouro, prata, bronze etc.), e ciclos que podem ter representatividade na instituição imaginária do mundo para a sociedade considerada (p. 246).

O tempo identitário e o imaginário se relacionam de forma inerente, um referenciando e conferindo significação ao outro. O primeiro só existe porque é referido ao segundo que lhe confere sua significação de tempo; e o segundo “seria indefinível, irreferível, inapreensível – não seria *nada* fora do tempo identitário” (p. 246) [grifo do autor]. É assim, como explica o autor, que articulações do tempo imaginário dobram ou aumentam os marcos numéricos do tempo identitário. Outra relação descrita por Castoriadis é que, para cada sociedade, há um “*tempo de representar*”, identitário e imaginário, instituído para a representação social dessa dimensão, e um “*tempo do fazer*”, indissociável daquele, e que também deve ser instituído,

apoiado² sobre os marcos calendários do tempo identitário, e que permite a instrumentalização do fazer na dimensão temporal, da ocasião e da oportunidade do agir (p. 249) [grifo do autor].

Essa relação faz atentar para a preocupação social com a forma de conceber o tempo e de agir nele, duas noções que segundo Castoriadis são necessárias para abranger a compatibilidade material das experiências de vida que estão à forma do tempo (p. 241). Em outras palavras, é preciso que haja instituição social de uma demarcação comum ou coletiva do tempo. Esse é um motivo importante para demonstrar como a descrição ou a análise das práticas de uma sociedade é inseparável da descrição de sua temporalidade, pois é das suas instituições mais próprias. Para melhor explicar tal vínculo, o autor cita o caso das sociedades capitalistas. Para ele, tudo que o capitalismo representa, significa, institui, não é e não teria sido possível fora de uma temporalidade efetiva instaurada e que se autoaltera de modo particular. Reproduzindo suas palavras

(...) a instituição explícita do tempo no capitalismo, enquanto tempo identitário ou tempo de demarcação, é a de um fluxo mensurável homogêneo, uniforme, totalmente aritmetizado; e enquanto tempo imaginário ou tempo de significação, o tempo capitalista típico é um tempo “infinito” representado como tempo de progresso, de crescimento ilimitado, de acumulação, de racionalização, de conquista da natureza, de aproximação cada vez maior de um saber exato total, de realização de uma fantasia de onipotência (CASTORIADIS, 1982, p. 244).

Pode-se perceber que a sociedade capitalista existe nesta e por esta instituição explícita³, tanto de seu tempo identitário quanto de seu tempo imaginário, visivelmente indissociáveis. A representação desse tempo e a percepção de como agir nele compreendem o conjunto de significações e experiências do indivíduo que, antes de tudo, reproduzem e movimentam tal sistema.

Outra característica identificada por Castoriadis quanto à instituição temporal é que, para cada sociedade, existe uma qualidade do tempo como tal, que está em suspenso, sendo preparada segundo as significações imaginárias instituídas e manifestada conforme a linguagem da sociedade considerada. Segundo o autor, essa qualidade mostra que o tempo instituído não pode jamais ser reduzido a seu aspecto puramente identitário, calendário e mensurável. Conforme seu dizer

² Castoriadis lembra que ainda se vê o tempo como irreduzível ao tempo simplesmente calendário. Mesmo apoiado naturalmente, o tempo do fazer “apresenta-se e é como interiormente diferenciado, organizado, não homogêneo, inseparável do que nele se faz” (p. 249).

³ Castoriadis ressalva que “em uma camada de sua efetividade, o tempo capitalista é o tempo da ruptura incessante” (p. 244).

Mesmo nas sociedades ocidentais de capitalismo moderno, onde a tentativa desta redução foi levada mais longe, não somente subsiste, e maciçamente, uma qualidade de fluxo temporal como tal (tempo do “progresso”, da “acumulação” etc); mas esta própria redução do tempo em tempo puramente e somente mensurável, é apenas uma manifestação entre outras do imaginário desta sociedade e instrumento de sua “materialização” (CASTORIADIS, 1982, p. 248).

A partir desse raciocínio fica impossível acreditar na existência de um único parâmetro para o tempo, pelo qual tudo adquire um *status* mensurável e calculável. Ainda que a significação imaginária central da sociedade adquira uma aparência coerente segundo suas próprias normas, Castoriadis afirma não ser possível instituir um mundo como puramente identitário, pois “a conjuntura do mundo social é inseparável das significações imaginárias sociais” (p. 248). Reconhece-se, portanto, o aspecto heterogêneo que pode estar presente na representação e orientar na ação sobre o tempo, conforme pressupostos oriundos de diferentes posições ideológicas.

Ao ser instituído, o tempo do fazer, diz Castoriadis, contém também singularidades não determináveis de antemão. A ausência de neutralidade que as caracteriza vem possibilitar o aparecimento “do irregular, do acontecimento, da ruptura da recorrência” (p. 249). Na instituição do tempo imaginário como tempo do representar, esse aspecto do tempo de fazer social tende a sofrer o que Castoriadis descreve como processos de encobrimento e ocultação, isto é, formas de denegação da temporalidade como alteridade-alteração. Negar a emergência da alteridade oferece, virtualmente, controle sobre as referidas instabilidades. Reproduzindo o autor

Assim, tudo se passa como se o tempo do fazer social, essencialmente irregular, acidentado, alterante, devesse sempre ser imaginariamente reabsorvido por uma denegação do tempo mediante o eterno retorno do mesmo, sua reapresentação como puro desgaste e corrupção, seu aplainamento na indiferença da diferença simplesmente quantitativa, sua anulação perante a Eternidade (CASTORIADIS, 1982, p. 250).

A denegação da alteridade sugere uma negativa que a própria instituição tem para com ela mesma, pois se trata de encobrir uma das suas propriedades mais específicas. A busca por um controle, ainda que ilusório, sinaliza que a instituição se recusa a ser alterada enquanto tal, razão à qual Castoriadis atribui “o desconhecimento pela sociedade de seu próprio ser social-histórico como enraizados na própria instituição da sociedade *tal como a conhecemos*, ou

seja: tal como ela, até aqui, se instituiu” (p. 251-252) [grifo do autor]. Uma incapacidade, explica o autor, de se reconhecer naquilo que ela própria institui.

A ilusão de controle conforma os indivíduos no cenário instituído pela sociedade, em que são obrigados a se inserirem no fluxo do tempo estabelecido. Vive-se, portanto, um tempo conduzido, que retorna sempre às mesmas formas, “trazendo o que já foi e prefigurando o que vai ser”, em razão de determinações (p. 250).

Considerado componente essencial da sociedade, o tempo, em Castoriadis, mostra-se criação imaginária, sob um arranjo vinculado à lógica da conjuntura a que serve.

2.2 *O tempo em Harvey*

A perspectiva teórica apresentada por David Harvey (2000) aponta o tempo como uma categoria básica da existência humana que está vinculada às mudanças culturais e processos político-econômicos.

O autor lembra que raramente se levantam questões quanto à temporalidade. Pensado como um fato da natureza, o tempo é “naturalizado” através da atribuição de sentidos cotidianos comuns. No senso coletivo, os registros temporais são tratados de maneira objetiva, como a quantificação fornecida por relógios e calendários, instrumentos-símbolo da divisão do tempo em unidades. Para Harvey a ideia de um sentido único e objetivo de tempo não é suficiente para apreender a diversidade de concepções e percepções individuais e coletivas a respeito da temporalidade, muito menos conceber as diferentes interpretações como variações de um sentido instituído por ciências como a física, pois até os estudiosos desta divergem sobre a temática.

Para o autor é preciso reconhecer a multiplicidade das qualidades objetivas que o tempo pode exprimir e o papel das práticas humanas em sua construção, os “processos materiais”, que servem à reprodução da vida social (p. 189). Deve-se buscar entender que “cada modo de produção ou formação social comporta uma série de práticas e concepções espaciais e temporais, as quais estão arraigadas nos processos de reprodução e de transformação das relações sociais” (p. 201). No entanto, a variedade de práticas é tão grande quanto a de experiências individuais e coletivas, o que segundo Harvey, desafia qualquer estudo a cercar-se de estruturas interpretativas gerais que “vençam o hiato entre a mudança cultural e a dinâmica da economia política” (p. 195). Em seu trabalho, o autor se apoia, por

exemplo, em uma classificação fornecida por Gurvitch (1964)⁴ em que é sugerido pensar o sentido do tempo na vida social por meio de seu próprio conteúdo social. Essa tese defende que formações sociais particulares estão associadas com um sentido específico de tempo, resultando em oito categorias de tempo social que têm existido historicamente. Essa tipologia é reproduzida a seguir.

A tipologia dos tempos sociais de Gurvitch

Tipo	Nível	Forma	Formações sociais
Tempo permanente	Ecológico	Tempo contínuo em que o passado é projetado no presente e no futuro; facilmente quantificável.	Parentescos e agrupamentos por localidade (particularmente sociedades camponesas rurais e estruturas patriarcais).
Tempo ilusório	Sociedade organizada	Duração longa e desacelerada mascarando crises e rupturas repentinas e inesperadas entre o passado e o presente.	Grandes cidades e “públicos” políticos; sociedades carismáticas e teocráticas.
Tempo errático	Papéis sociais, atitudes coletivas (padrões) e amálgamas técnicos.	Tempo de incerteza e de contingência acentuada em que o presente prevalece sobre o passado e o futuro.	“Públicos” não políticos (movimentos sociais e seguidores de padrões); classes em processo de formação.
Tempo cíclico	Uniões místicas	Passado, presente e futuro projetados uns nos outros, acentuando a continuidade dentro	Seguidores da astrologia; sociedades arcaicas em que prevalecem crenças mitológicas, místicas

⁴ GURVITCH, Georges. *The spectrum of social time*, Reidel, 1964.

		da mudança; diminuição da contingência.	e mágicas.
Tempo retardado	Símbolos sociais	O futuro se torna presente tão tarde que é superado assim que se cristaliza.	A comunidade e os seus símbolos sociais; guildas, profissões etc; feudalismo.
Tempo alternado	Regras, sinais, signos e conduta coletiva	O passado e o futuro competem no presente; descontinuidade sem contingência.	Grupos econômicos dinâmicos; épocas de transição (capitalismo incipiente).
Tempo à frente de si mesmo (acelerado)	Ação e inovação transformadoras coletivas	Descontinuidade, contingência: triunfo da mudança qualitativa; o futuro se torna presente.	Capitalismo competitivo; especulação.
Tempo explosivo	Fermento revolucionário e criação coletiva	Presente e passado dissolvidos num futuro transcendente.	Revoluções e transformações radicais de estruturas globais.

Harvey vê a possibilidade de usar essa tipologia para examinar diferentes sentidos de tempo no mundo contemporâneo. Segundo ele, são possíveis várias combinações que podem lançar luz sobre a transição do sentido de tempo implícita na mudança de práticas culturais modernistas, em que havia “um tempo certo para tudo”, para as pós-modernistas, caracterizadas por relações mais dinâmicas (p. 204). Um dos mais sensíveis exemplos dos processos de transformação nas relações sociais, e consonante com a proposta do presente estudo, surge exatamente da observação do vínculo estabelecido entre o tempo e a circulação do capital.

Segundo Harvey, a lógica capitalista — que conforme a tipologia de Gurvitch representa um tempo à frente de si mesmo — persegue a redução dos tempos de produção e de circulação da troca, que formam o “tempo de giro do capital” (p. 209). É sobre as inovações técnicas e organizacionais aplicadas a tais propósitos que se deve a produção em linha de montagem, a aceleração de processos físicos e a obsolescência planejada no consumo

(p. 210). Essas modificações, embora pareçam restritas a um terreno de competitividade mercadológica, na verdade trazem consequências para outras dimensões da vida social. Isso porque a aceleração no tempo de vida útil dos produtos impulsiona também o ritmo de consumo, não somente em termos de roupas, ornamentos e decoração, mas também em uma ampla gama de estilos de vida e atividades. Harvey lembra que

a dinâmica da sociedade significa mais do que jogar fora bens produzidos; significa também ser capaz de atirar fora valores, estilos de vida, relacionamentos estáveis, apego a coisas, edifícios, lugares, pessoas e modos adquiridos de agir e ser. (...) Por intermédio desses mecanismos (altamente eficazes da perspectiva da aceleração do giro de bens no consumo), as pessoas foram forçadas a lidar com a descartabilidade, a novidade e as perspectivas de obsolescência instantânea (HARVEY, 2000, p. 258).

Como os ciclos de produção e consumo estão cada vez mais rápidos, acentuam-se sensações como a “volatilidade” e a “efemeridade”, tamanha a propensão de formas e pensamentos caírem em desuso e serem rapidamente substituídos, consolidando um irrefreável gosto pelo novo quanto a “modas, produtos, técnicas de produção, processos de trabalho, ideias, ideologias, valores e práticas estabelecidas” (p. 258). Tal cenário favorece o surgimento do que Harvey descreve como espacialização da hora, uma necessidade social que remete ao fluir que escapa ao controle humano e forma uma espécie de “terror do tempo” (p. 288). Dada a insegurança da dinâmica temporal, o sujeito cria mecanismos de defesa, elementos “suficientemente fortes para serenar o tempo”, por meio dos quais busca administrá-lo, reduzindo-o e delimitando-o a um espaço “fixo”. Para o autor, o espaço surge então como elemento de contenção, medição e finalmente de absorção do tempo. Entretanto, como bem adverte “todo sistema de representação é, de fato, a espacialização de qualidades, que congela o fluxo de experiências e assim o fazendo deturpa aquilo que se esforça por representar” (p. 206).

O indivíduo se encontra então obrigado a lidar com um sentido de compressão⁵, experiência que o desafia, estimula, perturba e também provoca uma diversidade de reações sociais, culturais e políticas (p. 219). Harvey sugere que se vive hoje uma intensa fase de compressão do tempo-espaço, cujo impacto desorientado e disruptivo sobre as práticas político-econômicas afeta não somente o equilíbrio do poder de classe como também a vida

⁵ Expressão utilizada por Harvey para indicar processos que revolucionam as qualidades objetivas do espaço e do tempo a ponto de nos forçarem a alterar, às vezes radicalmente, o modo como representamos o mundo para nós mesmos (p. 229).

social e cultural, situação que denomina “condição pós-moderna” (p. 257). O autor acrescenta que

O bombardeio de estímulos, apenas no campo da mercadoria, gera problemas de sobrecarga sensorial (...). Com efeito, a volatilidade torna extremamente difícil qualquer planejamento de longo prazo. Para falar a verdade, hoje é tão importante aprender a trabalhar com a volatilidade quanto acelerar o tempo de giro. Isso significa ou uma alta adaptação e capacidade de se movimentar com rapidez em resposta a mudanças de mercado, ou o planejamento da volatilidade (HARVEY, 2000, p. 259).

Essas considerações merecem atenção, pois ajudam a explicar as tentativas de dominação ou intervenção ativa na produção da sensação de volatilidade que, conforme o autor esclarece, envolvem a manipulação do gosto e da opinião, a saturação do mercado com imagens que adaptem a volatilidade a fins particulares, entre outros aspectos (p. 259).

Para Harvey, especificamente a construção de novos sistemas de signos e imagens constitui em si um aspecto importante da condição pós-moderna que faz surgir questões mais profundas de significado e interpretação. Como reação, o sujeito busca novas formas de atuar, entre algumas, o autor menciona o fato de que quanto maior a efemeridade, tanto maior a necessidade de se descobrir ou produzir algum tipo de “verdade eterna que nela possa residir” (p. 263). Também percebe o retorno do interesse por instituições básicas, como a família e a comunidade, e a busca de raízes históricas, que indicam a procura de hábitos mais seguros e valores mais duradouros em um mundo volátil e efêmero como o de hoje.

O tempo em Harvey nunca é neutro quanto aos assuntos sociais. O mesmo pode ser dito de sua reprodução na linguagem. As práticas temporais são o foco de lutas que abrem caminho para mudanças em suas qualidades objetivas, mostrando a importância do modo como é representado e das significações que lhe são atribuídas, pois acabam por afetar a interpretação e a orientação material das ações humanas.

2.3 O tempo em Bauman

A perspectiva do sociólogo Zygmund Bauman vem ao longo dos anos repercutindo diferentes e na maioria das vezes contraditórios aspectos da contemporaneidade. Nas considerações que tece sobre transformações nas relações sociais, o tempo aparece entre as circunstâncias que tornam as mudanças mais evidentes.

Basear-se em suas reflexões implica adentrar, primeiramente, em um terreno polêmico quanto a definições do momento vivido e ao estabelecimento de um quadro comparativo com épocas anteriores. Consta que diversos autores vêm se ocupando de tentar interpretar e caracterizar tais períodos, conhecidos de um modo geral como modernidade e pós-modernidade. Porém, se quanto ao primeiro se mantém um relativo consenso, ao segundo formam-se correntes pró e contra, em que surgem discussões, inclusive, se há ou não uma pós-modernidade. Tal polêmica se estende desde a forma como se referir ao momento, passando pelo “quando” ocorreu a passagem, se é que ela realmente ocorreu ou ainda está ocorrendo, até “como” ela aconteceu, ou está acontecendo.

Bauman (1998; 2001) prefere considerar a pós-modernidade uma espécie de conceito improvisado. Conforme sua visão, o uso deste termo sugere, de modo equivocado, que a modernidade terminou e já estamos em outra era, em que então seriam desconsideradas as características da experiência do passado. Ele considera que as sociedades contemporâneas testemunham sim uma transição entre modos de ser, de agir, de pensar, de valorar, caracterizando um processo de evolução e tornando-se medidas para a nova realidade, em uma passagem para um outro tipo de modernidade. Desse modo, entende que o emprego de um termo como pós-modernidade não comporta uma definição satisfatória sobre a época experienciada nos dias de hoje, exatamente por tentar nomear um tempo inacabado, cujos processos se caracterizam por serem flutuantes, cambiantes, e, por consequência, em permanente transição. Ele prefere cunhar um termo próprio, “modernidade líquida”, em que toma emprestado dos fluidos qualidades como mobilidade e leveza para explicar a época atual. Conforme seu dizer

Certamente, o mundo pós-moderno é qualquer coisa, menos imóvel – tudo, nesse mundo, está em movimento. Mas os movimentos parecem aleatórios, dispersos e destituídos de direção bem delineada (primeiramente, e antes de tudo, uma direção cumulativa) (BAUMAN, 1998, p. 121).

Estabelece-se uma ideia de fluxo volátil que desregula e flexibiliza antigas e sedimentadas relações. Com condições de existência sempre propensas às mudanças, a ideia de uma sociedade moderna líquida faz pensar o quão vulneráveis são as tentativas dos indivíduos de consolidar hábitos e valores.

Bauman adverte que o conceito que apresenta deve ser visto enquanto metáfora para explicar a incapacidade endêmica da sociedade atual, e de qualquer parte dela, de manter sua forma por algum período de tempo, o que se contrapõe a uma época anterior de características

mais estáveis ou “sólidas” (2001, p. 8-15). Segundo o autor, essa era uma época em que se vivia a obsessão pelo volume, pela conquista territorial, ou como descreve “uma modernidade do tipo ‘quanto maior, melhor’, ‘tamanho é poder, volume é sucesso’” (1998, p. 132). Para vencer a resistência do espaço e tornar possível estender seus limites, o ser humano subordinou o tempo a sua inventividade e capacidade técnica, tornando-o uma ferramenta para encurtar distâncias e superar obstáculos. A nova dinâmica temporal originou a equivalência expressa na máxima “tempo é dinheiro” e conformou os indivíduos a uma lógica homogênea rotinizada (p 130).

Bauman explica que a mentalidade moderna adquiriu então um direcionamento, progressivo e linear, que incitava as pessoas a andarem “para a frente com o tempo” (p. 111). Foi desse modo que os homens e as mulheres modernos viveram em um tempo-espaço estruturado, isto é, com características temporais e espaciais enrijecidas, sólidas, duráveis que se tornaram por um lado “referência de nível para traçar e controlar o caráter caprichoso e volátil da vontade humana” e por outro “um duro recipiente em que os atos humanos podiam achar-se sensíveis e seguros” (p. 111).

Ele ressalta que o trânsito entre as épocas é marcado exatamente pela dissolução das estruturas que mantinham aquele tempo-espaço moderno aparentemente sólido e durável. O espaço começa a perder relevância, até passar a ser atravessado, literalmente, em “tempo nenhum”. É a chegada ao universo do *software*, em que Bauman afirma ocorrer uma destemporalização do espaço social (p. 110) [grifo do autor]. Conforme seu dizer

Em seu estágio pesado, o capital estava tão fixado ao solo quanto os trabalhadores que empregava. Hoje o capital viaja leve – apenas com a bagagem de mão, que inclui nada mais que pasta, telefone celular e computador portátil. Pode saltar em qualquer ponto do caminho, e não precisa demorar-se em nenhum lugar além do tempo que durar sua satisfação. O trabalho, porém, permanece tão imobilizado quanto no passado –, mas o lugar em que ele imaginava estar fixado de uma vez por todas perdeu sua solidez de outrora; buscando rochas, as âncoras encontram areias movediças. Alguns dos habitantes do mundo estão em movimento; para os demais, é o mundo que se recusa a ficar parado (BAUMAN, 2001, p. 70).

No tocante ao tempo, talvez a única certeza seja a prevalência da instantaneidade, característica que parece assumir a tônica dos processos. Referindo-se a um movimento muito rápido e a um tempo muito curto, o instantâneo, explica Bauman, denota a ausência do tempo como fator do evento e, por isso mesmo, como elemento no cálculo do valor. Assim, o tempo não mais confere valor ao espaço, ao contrário, o desvaloriza (p. 136). A instantaneidade diminui a distância em tempo que separa o começo do fim, fazendo com que tal passagem

seja marcada apenas por momentos, que Bauman explica serem “pontos sem dimensões” (p. 137-138).

Ele afirma que sua reflexão não considera a inexistência, na modernidade, de certos condicionamentos como os descritos, sendo que apenas não eram tidos como evidentes pelos seus contemporâneos. As observações de Bauman se dão em cima não da tranquilidade vivenciada no passado, mas sim acerca do choque experienciado no presente. Para o autor, o que falta aos indivíduos de hoje é uma facilidade de manejar, administrar, superar a estrutura do mundo segundo suas ações. O mundo exterior se impõe perante a flexibilidade da vontade humana. Esse mundo, em que o ser humano tenta se inscrever e pelo qual procura se orientar, parece ter-se tornado frágil e errático. Os objetos duráveis de outrora dão lugar aos produtos projetados para imediata obsolescência. Também as identidades podem ser adotadas e descartadas, sem que haja compromisso com experiências passadas, pois se está sempre “mantendo as opções abertas” (p. 112-113). A sociedade vive em um processo de transição, que tende a acelerar os próprios processos de ruptura com os vínculos de outros tempos, acabando inevitavelmente por conferir um imperativo de constante ultrapassagem das próprias formas que promove.

O pensamento de Bauman é importante por convidar a uma reflexão sobre como nesse cenário líquido se relativizam tanto hábitos e valores quanto as formas de sua reprodução social. Bauman afirma que mesmo as ideias tornam-se objetos de consumo imediato. O que tem valor hoje é “o ilimitado das sensações possíveis”, isto é, o modo como se vive cada momento, a capacidade infinita contida em cada experiência (p. 145).

O tempo em Bauman é elemento de transição entre estruturas sistêmicas e dinâmicas. Assim como os líquidos, mantém uma capacidade e facilidade de não se fixar em nada a não ser, como percebido, em um ideal de mobilidade. Indiferente à duração, hoje sua forma mais típica é a instantaneidade, o que gera, por um lado, a impressão de momentos ilimitados e, por outro, impede qualquer traço de autonomia do sujeito sobre a velocidade com que eles acontecem e a intensidade com que afetam sua vida.

2.4 O tempo em Augé

Em suas observações sobre a contemporaneidade, o antropólogo Marc Augé (1994; 2006) dedica atenção para os impactos nas relações entre as pessoas ao viverem em uma sociedade midiaticizada, isto é, em plena era de evoluções tecnológicas e telecomunicações e

onde o tempo adquire um *status* prioritário, como pode ser percebido no cotidiano e na produção simbólica.

Segundo sua tese, as circunstâncias da vida atual se encontram redimensionadas, não se comparando a qualquer coisa já vivida ou experimentada pelo homem em épocas precedentes. Para a configuração desse cenário, Augé atribui grande responsabilidade ao desenvolvimento dos meios de transporte e das tecnologias de comunicação, estas, primordialmente a partir da segunda metade do século XX, proporcionaram inúmeras transformações benéficas à vida diária, mas também cobraram certo preço daqueles que passaram a vivenciá-las.

Augé (1994) credita às mudanças tecnológicas um imperativo de velocidade nas relações, fazendo com que o “hoje” se torne “ontem” de forma muito mais rápida. Os acontecimentos se tornam fatores de inúmeros novos processos e o cotidiano passa a ser condicionado por meio de aspectos meramente factuais. Por isso, segundo o autor, nota-se uma necessidade cada vez maior de se conferir sentido ao presente e ao passado próximo (p. 32).

Porém, Augé (2006) acredita que algumas das tentativas de se pensar teoricamente as transformações, e respectivas consequências, observadas e experimentadas incorrem no erro de anunciarem o limite e conseqüente encerramento seja de um tema, como por exemplo, o fim das ideologias, ou o término de um período, como o fim da modernidade (p. 103). De modo alternativo, prefere discutir a possibilidade de a sociedade estar vivendo um “excesso de modernidade” (p. 104). Conforme justifica

ao fazer a abstração de todo juízo de valor, quiçá possamos ser induzidos a pensar que o paradoxo do mundo contemporâneo é signo não de um fim ou de um apagamento, mas sim, de uma multiplicação e de uma aceleração dos fatores constitutivos da modernidade, de uma sobre-determinação no sentido de Freud, e, depois dele, de Althusser, termo que utilizaram para designar os efeitos, imprevisíveis e difíceis de analisar, de uma superabundância de causas (AUGÉ, 2006, p. 104).

A noção que o autor desenvolve vê uma continuidade da sociedade moderna, mas sendo agora regida sob outros ideais e condições. A denominação que concebe, sobre-modernidade, parece adequada para lidar com toda a profusão desse novo contexto. O autor admite se tratar de um novo neologismo entre tantos já criados para tentar nominalizar o referente período, porém com a diferença de propor uma observação da modernidade enquanto movimento contínuo, em transição para uma forma ampliada e diversificada.

Na tentativa de mensurar essa nova realidade, Augé faz observações a partir do que descreve como três excessos: o de informação, o de imagens e o de individualismo, todos vinculados uns aos outros. Segundo o autor, a figura do excesso opera uma lógica determinante no período contemporâneo, e está entre as principais causas para sensações como as de aceleração e solidão percebidas nos dias de hoje, visualizadas na superabundância informativa, na maior parte das vezes notícias parciais e tendenciosas, e na fragilidade e efemeridade dos relacionamentos (p. 104).

A reflexão sobre cada um desses excessos se mostra bastante profícua para a investigação dos sentidos atribuídos à experiência atual com o tempo. Enquanto na modernidade prevalecia a imagem do tempo como progresso, espacializado no ideal de acumulação, hoje, as condições sobremodernas fazem com que o entendimento sobre essa categoria assuma variadas formas e funcionamentos na organização do mundo.

Para a grande quantidade de informação que circula nos dias de hoje, o excesso informativo, Augé atribui como consequência imediata o esquecimento, capacidade natural que na verdade vem proteger a própria saúde mental humana, dada a impossibilidade de se absorver tudo que está acessível como matéria informativa. Desse modo, a relação dos acontecimentos com o tempo se dá não somente pela velocidade com que se sucedem, mas pela particularidade de captarem a atenção apenas momentaneamente, por alguns dias ou mesmo somente horas, estando fadados a desaparecerem⁶ de repente da memória (p. 104). Nesse pensamento, a capacidade de surpreenderem é tão eficaz quanto a de serem esquecidos, o que faz o autor considerar como parte de suas naturezas (p. 105). Mesmo imprevisíveis, os acontecimentos se sucedem cada vez mais rápido alimentando a sensação de um mundo em constante aceleração.

Quanto ao excesso de imagens, Augé considera uma das características mais recorrentes do contexto contemporâneo. A onipresença da imagem, observa, demonstra uma vocação dos meios de comunicação na atualidade de apresentar “um conjunto de riscos, de tentações e inclusive de tendências” (p. 106). Diariamente o indivíduo entra em contato com um extenso material imagético disponibilizado pela mídia e que costuma resultar em uma rede de referências dispersas, muitas vezes ambíguas e contraditórias. O autor acredita que se instituiu uma dependência à imagem, que isola o indivíduo e lhe propõe simulações do próximo, favorecendo o aparecimento de sentimentos como a solidão e sua dificuldade de pensar por si próprio.

⁶ Augé sinaliza que estes mesmos acontecimentos podem reaparecer repentinamente “por razões que nos escapam e que nos são expostas rapidamente” (p. 104).

Sobre o terceiro excesso do mundo sobremoderno, de individualismo, Augé define um processo de individualização passiva, que afirma ser “uma individualização de consumidores cujo aparecimento tem a ver, sem nenhuma dúvida, com o desenvolvimento dos meios de comunicação” (p. 106). Ele comenta que a mídia assume o papel de principal mediadora institucional, no lugar de tradicionais instituições⁷ mediadoras como a escola, os sindicatos e a família, estabelecendo modificações nas relações sociais. Entre as novas relações estabelecidas pelos meios de comunicação pode ser distinguida uma forma de passividade, na medida em que os indivíduos se encontram expostos cotidianamente ao que o autor descreve como “espetáculo de uma atualidade efêmera” (p. 106). Também estão propensos a uma forma de solidão, a partir do fato de que os meios convidam a navegação solitária e na qual “toda telecomunicação abstrai a relação com o outro, substituindo com o som ou a imagem o corpo a corpo e o cara a cara” (p. 106). E, por fim, desenvolvem uma forma de ilusão, em que é deixado a critério de cada um a elaboração de pontos de vista, opiniões em geral bastante induzidas, mas percebidas como pessoais (p. 106).

O tempo em Augé é um tempo veloz, que se torna um paradigma para a sociedade atual, devido à dificuldade humana de acompanhar a rapidez com que se estabelecem novos ritmos, processos e relações. Na situação sobremoderna, caracterizada pelo excesso, o domínio sobre o tempo é reduzido, mais notadamente ainda na comunicação, em que tanto a produção quanto a interpretação do que é transmitido é impelida a se dar no imediato e no instantâneo. Assim, a prioridade do tempo hoje fica marcada, seja na fugacidade dos acontecimentos, na profusão simbólica ou no pensamento individualista.

2.5 O tempo em Thompson

O sociólogo John B. Thompson (1995) desenvolve um estudo sobre ideologia e cultura nas sociedades, tendo como uma das áreas de interesse os usos sociais das formas simbólicas⁸ na vida moderna. Ele enfatiza a importância do tempo, junto com o espaço, para a formação de uma teoria que se aplique às atuais formas de sociabilidade.

A partir de uma abordagem que retoma os pressupostos ideológicos, Thompson procura refletir de que modo e em que medida as formas simbólicas servem para estabelecer e

⁷ Augé faz referência ao que o estudioso Émile Durkheim designava como “corpos intermediários”, instituições cujas mediações oferecidas estabelecem o chamado nexos social.

⁸ Thompson emprega a expressão “formas simbólicas” para se referir a uma ampla variedade de fenômenos significativos, desde ações gestos e rituais até manifestações verbais, textos, programas de televisão e obras de arte (1995, p. 183).

manter relações de dominação nos seus respectivos contextos sociais. Para ele, o caráter ideológico que os fenômenos simbólicos sustentam, deve ser investigado, procurando-se compreender como essas formas são empregadas, transmitidas e compreendidas pelos receptores (p. 76). Nesse raciocínio, procura lembrar que

A vida social não é, simplesmente, uma questão de objetos e fatos que ocorrem como fenômenos de um mundo natural: ela é, também, uma questão de ações e expressões significativas, de manifestações verbais, símbolos, textos e artefatos de vários tipos, e de sujeitos que se expressam através desses artefatos e que procuram entender a si mesmos e aos outros pela interpretação das expressões que produzem e recebem (THOMPSON, 1995, p. 165).

Em sentido mais amplo, o estudo dos fenômenos culturais pode ser pensado como o estudo do mundo sócio-histórico constituído como um campo de significados. Em outras palavras, Thompson busca compreender as maneiras como expressões significativas de vários tipos são produzidas, construídas e recebidas por indivíduos situados em um mundo sócio-histórico (p. 165).

Thompson acrescenta que às formas simbólicas são conferidos determinados valores, por meio do que denomina processos de valorização. Segundo relata existem dois tipos de valores que declara serem importantes a esse respeito: o primeiro, a que chama de “valor simbólico”, refere-se ao valor que as formas simbólicas possuem em virtude das maneiras como elas são apreciadas, queridas ou desprezadas pelas pessoas que as produzem e as recebem; o segundo tipo é o “valor econômico”, que pode ser entendido como o valor que as formas simbólicas adquirem em virtude de serem trocadas em um mercado. Cabe pontuar a ressalva feita pelo autor, quando diz que nem todas as formas simbólicas possuem valor em um sentido econômico. Não obstante, tal valoração, quando presente, tem raízes em um processo importante que “se desenvolveu historicamente e assumiu um papel sempre mais importante nas sociedades modernas” (p. 23).

Nos dias de hoje, o espaço de trânsito e valoração por excelência de toda essa massa simbólica é a mídia, área que segundo Thompson, promove experiências particulares de recepção das formas simbólicas. Para o autor, as variações na compreensão e internalização dos discursos midiáticos se dão pelo fato de que as mensagens são recebidas com graus diferenciados de concentração, em que as pessoas interpretam e atribuem um sentido subjetivo, relacionando-as a outros aspectos de suas vidas (p. 287). Também contribuem as transformações técnicas dos meios pelos quais são produzidas e transmitidas as mensagens.

Assim, adquirem um papel diferenciado na organização da vida cotidiana da maioria das pessoas nas sociedades modernas.

Thompson (2008) dá continuidade ao pensamento desenvolvido, mantendo o enfoque crítico das relações dos meios de comunicação de massa, mas abrindo mais espaço para a reflexão sobre o impacto da mídia na vida social. O autor sustenta que o desenvolvimento da mídia transformou a constituição espacial e temporal da vida social. As consequências de tal transformação têm grande alcance e atingem muitos aspectos da vida, desde os mais íntimos, vinculados à experiência pessoal e à autoformação, até aqueles de domínio público, como os que se relacionam à mutável natureza do poder e da visibilidade (p. 35).

Thompson afirma que o que houve foi uma “reorganização do espaço e do tempo” (p. 36), definição que evidencia sua percepção da temporalidade relacionada à mudança e transformação experimentada a partir dos meios de comunicação. Conforme argumenta, o uso dos meios técnicos de comunicação pode alterar as dimensões espaço-temporal da vida social. Na percepção do autor, espaço e tempo se dilatam cada vez mais, o que permite que a comunicação se realize além dos limites característicos de uma interação face a face. Essa dilatação é entendida por ele como a ampliação das possibilidades, o que, de forma prática, incorre na diminuição de distâncias (espaço) e instantaneidade (tempo).

Segundo o autor, isso se dá porque a distância no espaço não significa mais necessariamente uma distância também no tempo. O alargamento do espaço de comunicação se associou à redução do tempo necessário para que essa comunicação se efetivasse. Em outras palavras, a emissão e a recepção das mensagens adquiriram graus de simultaneidade em um novo tipo de experiência que “separou-se de seu condicionamento espacial” (p. 37). É por isso que uma das consequências identificadas pelo autor para a percepção humana do tempo está no surgimento de um outro “sentido de ‘agora’ não mais ligado a um determinado lugar” (p. 37). Essas transformações geraram uma necessidade de se coordenarem melhor as dimensões espaçotemporais, o que resultou, conforme o autor, na adoção de convenções destinadas a padronizar o tempo no mundo. Um exemplo notório foi a introdução do horário de Greenwich, a divisão em fusos horários, coordenando-se um sistema de tempos locais. Também a evolução nos modos de produção teve sua parcela de responsabilidade nas transformações das relações temporais. Tal como em seu dizer

À medida que os indivíduos foram gradualmente sendo atraídos por um sistema de trabalho fabril e urbano, a experiência do fluxo do tempo foi se associando cada vez mais aos mecanismos de observância do tempo em sincronização com as horas de trabalho e com as organização dos dias da

semana. Logo que o tempo começou a ser disciplinado pelos objetivos de aumentar a produção de mercadorias, houve uma certa troca: os sacrifícios feitos no presente eram trocados pela promessa de um futuro melhor (THOMPSON, 2008, p. 40).

Conforme o autor, a partir de padronizações como essas aumentou o interesse na experiência pessoal de tempo e espaço, ou seja, o que nasceu como decisão com vistas à vida social, teve repercussão na vida individual. Thompson lembra que a compreensão do tempo e espaço anterior era constituída e transmitida primordialmente pelas tradições orais. Segundo Thompson, essa função foi incrementada com o desenvolvimento dos meios de comunicação que passaram a mediar a historicidade dos acontecimentos, substituindo gradativamente a experiência, a compreensão empírica (p. 38).

Conforme o autor, tal processo de compreensão se serve cada vez mais do conteúdo simbólico presente nos produtos das indústrias da mídia. Trata-se de uma compreensão que se dá tanto fora do alcance da experiência pessoal como do lugar que o indivíduo ocupa na sociedade. A difusão dos produtos da mídia permite em certo sentido a experiência de eventos, a investigação de outros e, em geral, o conhecimento de um mundo que se amplia para muito além do que as pessoas podem encontrar diariamente (p. 38). Em contrapartida, além de alterar a compreensão do lugar e do passado, o desenvolvimento dos meios de comunicação modificou o sentido de pertencimento dos indivíduos, segundo Thompson, em certa medida proveniente de um sentimento de partilha de uma história e de um lugar comuns, de uma trajetória comum no tempo e no espaço, que dá a sensação de pertencimento a determinado local. São consequências que mostram como as maneiras pelas quais os indivíduos experimentam as características de espaço e de tempo da vida social podem ser afetadas.

O tempo em Thompson está envolvido com a compreensão das formas simbólicas e os efeitos sociais do uso destas, incluindo reprodução de relações de dominação. Passível de ser usado para legitimar determinadas formas de poder, o tempo, já padronizado, agora passa a ser modelado cada vez mais pela mediação de formas simbólicas nos contextos sociais da vida cotidiana.

2.6 O tempo em Marcondes Filho

Marcondes Filho e alguns colaboradores, no final do século XX, empenharam-se em refletir sobre a formação de uma teoria da comunicação, tendo como um dos pilares a

observação das transformações nas relações sociais através das tecnologias comunicacionais, entre elas aquelas que provocam mudanças na percepção do tempo.

Para melhor explicar sua argumentação, os autores começam por distinguir concepções básicas de tempo. A primeira, de base aristotélica, considera o tempo como a parte mensurável do movimento. Nessa perspectiva ele é medida do movimento, visto nos ciclos da natureza, nos períodos da vida humana, eras históricas e geológicas, sendo adotado como conceito científico. A principal característica desta concepção é a sucessividade na percepção do tempo (p. 281). O tempo físico, grandeza fixa e demarcável utilizada para descrever de forma unívoca a relação passado-presente-futuro, está vinculado diretamente a essa concepção. Conforme a lógica assumida por Isaac Newton, é o tempo que determina objetivamente e coordena as atividades humanas (p. 286).

A segunda concepção alude ao pensamento de Hegel, em que o tempo se apresenta como um “devir intuído” (p. 281). A principal característica dessa perspectiva é a percepção de que o tempo se divide em outros três, que compartilham do mesmo eixo, o tempo presente. Um é o presente do presente, que se refere ao momento atual e sedimenta as outras duas divisões pensadas, o presente do futuro e o presente do passado. O futuro, os autores esclarecem, está articulado ao presente porque não é visto como parte do tempo que não chegou e que virá, mas antes tem a própria existência como possibilidade mais própria. Desse modo, só haveria futuro “para um ser que é essencialmente porvir, ou seja, que conhece, que faz uso dessa sua possibilidade” (p. 282). Buscando Heidegger, os autores demonstram a orientação do passado pelo presente. Segundo o autor retomado, a existência não começa o seu ser a partir de si mesma. Dito de outro modo, a existência aparece como sempre-havendo-já-sido. Conforme esclarecem

Assim como o futuro não é parte do tempo que ainda não chegou e que virá, também este haver-já-sido não é o conjunto de acontecimentos que me ocorreram e que já passaram e que agora já não são. Não; é um momento constantemente vigente no meu ser atual. (MARCONDES FILHO, 1998, p. 282).

Em resumo, nessa concepção básica de tempo, passado, presente e futuro não se diferenciam como momentos estanques e realidades distintas. São dimensões que se aglutinam e se acoplam no presente. Portanto, diferentemente da primeira concepção trazida, e que foi adotada pela ciência, o tempo não se constituiria em uma sucessão, tese que os autores relatam ser defendida também por Bergson. Na posição desse autor o tempo não é

linear exatamente por “força de sua própria mobilidade e originalidade a cada instante” (p. 281). Conforme lhe recobram

Há uma continuidade absoluta, uma corrente fluida em que cada momento muda ininterruptamente de estado. Do futuro para o presente e para o passado. Este último aglutina como bola de neve o todo já vivido em um infinito presente (BERGSON apud Marcondes Filho, 1996, p. 281).

Ainda em contraposição à concepção aristotélica, é lembrado que o próprio saber científico, por meio da teoria da relatividade, considerou a obsolescência daquela fórmula ao postular que espaço e tempo não existem salvo em relação a um observador. Tal princípio levantou a questão de ser a experiência humana com o tempo basicamente um fluir, sendo a característica da sucessão temporal uma ideia ilusória. Segundo Marcondes Filho, a sensação de realmente vivenciar um agora atual é “uma projeção puramente subjetiva, sem significação real” (p. 256). Considerando também a relação entre tempo e inconsciente⁹, em que não há compromisso deste com aquele, o autor conclui um levantamento de concepções que enxerga como exemplos que demonstram que a inscrição do tempo em uma regularidade demarcável se trata de um processo cultural. A necessidade de demarcação ganha importância não pela natureza do tempo, mas devido a impossibilidade humana de lidar com a mobilidade e velocidade das transformações decorrentes dos processos temporais. “Fixar” o tempo, explicam os autores, seria a saída para poder dominar esse fluxo, aplacando como possível a angústia e as incertezas dele derivadas (p. 287).

Assim, as medidas do tempo se dão por conversões que colocam o tempo como percurso, limitado espacialmente ou demarcado de forma que signifique fases ou marcas quanto à ocupação de um espaço (p. 288). O trajeto solar, as fases da lua são marcações que servem de exemplos de espacialização do tempo. A instrumentalização dessa espacialização, relata Marcondes Filho, acontece primeiro com os relógios de sol e a ampulheta e em seguida com o relógio mecânico que torna a conversão dessas demarcações ainda mais explícita. Conforme explica

⁹ Marcondes Filho *et al* também refletem sobre a relação entre tempo e inconsciente. Seria nessa instância psíquica que o tempo mais se apresentaria relativo, impedindo ser pensado de forma linear. Conforme afirma Freud (apud Marcondes Filho, p. 285), a ideia de tempo não pode ser aplicada ao se pensar o inconsciente, pois é incompatível com suas características. O fundador da psicanálise descreve o inconsciente como um espaço de caos e instintos, caracterizado pela intemporalidade em seus processos e manifestações. Também Lacan, ao reinterpretar os processos apontados por Freud e associá-los diretamente à linguagem, evidencia essa ausência de temporalidade (1998, p. 256).

Trata-se do tempo espacializado através das horas e minutos marcados pela trajetória do ponteiro entre fronteiras espaciais representadas por algarismos. O projeto de matematização se cumpre finalmente aí e perpetra um salto simbólico no relógio digital (MARCONDES FILHO, 1996, p. 288).

Esse entendimento do tempo está ligado a um modo de visão sequencial, que pode ser retroativo ou projetivo, consolidando relações de causas e efeitos, cálculo e previsibilidade, que dizem respeito ao racionalismo científico (p. 289). Trata-se de uma temporalidade vinculada à revolução industrial e que alterou a estabilidade de relações do homem em seu ambiente. Com ela se instaurou uma economia do tempo em que o investimento está no fato de se queimar etapas, resultando em duas situações que alteram as relações sociais: primeiro, a passagem do tempo vivenciado pelo trabalhador rural, dividido em dia e noite e estações do ano, para o tempo vivenciado pelo operário urbano, baseado em turnos; segundo, a aceleração e intensificação nos processos de produção, situação referenciada pela velocidade nos meios de locomoção o que permite que se faça muito em menos tempo (p. 290). É o surgimento de um tempo administrado, otimizado em função da intensificação da produtividade (p. 289). Marcondes Filho lembra ainda que as novas dinâmicas na vida em sociedade também são percebidas pela presentificação e instantaneidade das relações, também fruto da compressão do tempo. O autor ainda acrescenta à sua reflexão a noção de tempo ucrônico, congregando as explicações de Edmond Couchot. Conforme diz esse autor

(...) a imagem passa por um tempo matriz, tempo aberto, sem fim, sem início, onde as linhas infinitas do passado possível e do futuro possível engendram, ao se cruzarem, inúmeros presentes, oferecendo múltiplas possibilidades de acesso à rede da ucronia (pontos de tempo singulares, passagens do presente ao passado, do presente ao futuro, etc.), uma infinidade de instantes virgens que não são extraídos de uma memória registrada, mas produzidos — e não reproduzidos — pelo cálculo e na qual o observador pode viver imediatamente na ordem que ele deseja (COUCHOT apud Marcondes Filho, p. 290).

Essa noção de temporalidade, explica Marcondes Filho, implica a substituição da noção de tempo-passagem para a noção de tempo-velocidade. Desse modo, a velocidade se tornou medida privilegiada de espaço e de tempo. A aceleração tecnológica que se seguiu ao período das grandes guerras e ganhou impulso na segunda metade do século XX, requisitou das pessoas mudanças compatíveis com o incremento da velocidade da vida prática e em termos subjetivos. Condições propícias que levam Marcondes Filho *et al* a conceituar um novo parâmetro temporal para a abordagem da vida individual: a intensidade, constituída e desenvolvida entre o tecnológico e o subjetivo.

Intensidade, para o autor, refere-se ao impacto diferenciado de eventos, situações e processos na experiência de vida, os quais, na época atual, se dão de forma mais concentrada e profunda e em um período de tempo mais reduzido. Esta última condição se deve essencialmente em virtude do que o autor explica ser uma inexorável exigência de o ser se converter em ser-velocidade e do excesso da oferta social daquilo que pode ser fruído. Vivencia-se, hoje, muito mais coisas em menos tempo de vida do que no passado (p. 291). Corresponde, segundo o autor, à ideia de densidade da vivência, que não se prende a marcos temporais, pois é capaz de condensar períodos aparentemente longos em uma vivência mais curta e a isso se configura como intenso. Conforme explica, essa forma de vida e de viver está em correspondência com os aspectos estruturais da época atual.

Marcondes Filho lembra que a experiência intensa da vida atual vai contra a concepção das ciências e lógica convencionais de que a vida se determina em uma duração encerrada entre o nascimento e a morte. Segundo o autor, o tempo não se apresenta com as mesmas características que costumeiramente lhe são atribuídas. Escapa às medidas, embaralha referências, tanto do ponto de vista da subjetividade quanto da objetividade, reiterando a intensidade, e não mais a medida cronológica, o principal indicador de viver o tempo.

Marcondes Filho sublinha que a premissa da existência de um “tempo” na intensidade é sempre estabelecida a partir de uma interpretação do fenômeno do ponto de vista da racionalidade e da lógica, marcados por uma visão mensurável do tempo como extensão. E que a intensidade guarda uma íntima proximidade com o instantâneo e o imediato.

Só há um tempo, o da vivência do êxtase, da emoção, do entusiasmo, do impacto, do imediato. Um presente de alta intensidade com forte carga afetiva e sem nenhuma densidade, apenas imagens que se seguem umas às outras, criadas e reproduzidas pela tecnologia e que não representam mais a hierarquia do tempo (MARCONDES FILHO, 1996, p. 297).

Isso estaria por trás do que identifica como investimento cultural e estético atual na momentaneidade, no instantâneo e no processo de cristalização do aqui agora (p. 297). O principal efeito da instantaneidade promovida pela mídia é que ela referencia um tempo indistinto, marcado pela ideia de presentificação. Por meio de experiências vinculadas à interatividade, que criam o tempo real *online*¹⁰, acontece um embaralhamento de tempos,

¹⁰ O que Marcondes Filho descreve como tempo online é uma experiência de interação com o mais distante em que há uma impressão de se ter as mesmas características da experiência de interação na zona imediata da vida prática, possibilitada pelas tecnologias do tempo real. Conforme suas palavras, “os contatos que, por meio de

vivendo-se o passado, o presente e o futuro como se fosse o presente perpétuo, que nada mais é que a diluição do passado num presente e a ausência de um futuro que possa vir a ser possível (p. 296-297) [grifo do autor].

O tempo em Marcondes Filho, pensado em sua natureza atual, é subjacente à intensidade. Esta é a principal forma de vivenciá-lo hoje, representada na contínua condensação de eventos múltiplos em períodos de experiência cada vez mais curtos. Tal condição favorece a circulação de várias temporalidades que podem estar relacionadas a uma assimilação diferenciada de discursos.

2.7 O tempo em Castells

Em sua obra, Castells visa a formular uma teoria da Era da Informação de cunho sociológico, e o tempo é uma de suas áreas de interesse para chegar a esse construto. Especificamente, não se trata de um estudo do tempo pelo que ele é, pois admite que seria de compreensão difícil e um intento que já confundiu diversos outros estudiosos. O que interessa ao autor é pensar como o tempo está sendo transformado na sociedade de hoje.

Castells (1999) lembra que mudanças percebidas, por exemplo, nos modos como as sociedades pensam, produzem, consomem, negociam, gerem, comunicam e vivem foram alvo de tentativas de conceitualizações pela maioria das ciências tais como a física, biologia, história e sociologia. Entretanto, declara que não raro essas reflexões incorreram em incoerências e imprecisões, em que os conhecimentos produzidos acabavam por minimizar e até anular os papéis das modificações citadas no cotidiano. Por isso o autor procura apoiar sua reflexão no compartilhamento do espaço e do tempo, entendendo que estes, sob condições determinadas pelas relações de produção, poder e experiência, geram e modificam formas de sociabilidade. Tal observação sugere que uma análise das configurações espaçotemporais pode ajudar a compreender as evoluções no âmago de cada cultura.

Seguindo esse raciocínio, Castells (2003) direciona sua atenção para o significado social do espaço e do tempo, que considera as bases materiais da experiência humana. Segundo o autor, as relações espaciais e temporais estão no foco da revolução tecnológica deflagrada nos últimos vinte e cinco anos do século XX e que apresenta a informação como matéria base de análise. Com a passagem para o paradigma informacional, explica Castells,

máquinas comunicacionais, estabelecem-se com o mais distante passam a se fazer, em termos de temporalidade, em condições semelhantes àquelas em que se realizam os contatos *in loco*” (p. 298) [grifo do autor].

surge uma nova cultura, onde lugares são superados e o tempo, anulado. No panorama das redes de computadores e da mídia eletrônica, todas as expressões ou são instantâneas ou não apresentam uma sequência previsível, e os valores e interesses predominantes são construídos sem referência ao passado ou ao futuro. Vive-se, assim, em um “espaço de fluxos¹¹” e em um “tempo intemporal” que constituem, para o autor, a cultura da virtualidade real (p. 474). Trata-se de uma cultura onde o virtual assume o lugar do real, e as novas tecnologias de comunicação, de forma integrada, fornecem o substrato, compondo um sistema novo, tal como esclarece

A tecnologia reduz o tempo a alguns instantes aleatórios e, com isso, desarticula a sequência da sociedade e o desenvolvimento da história. Ao encerrar o poder no espaço de fluxos, ao permitir que o capital escape do tempo, e ao dissolver a história na cultura do efêmero, a sociedade em rede desincorpora as relações sociais e introduz a cultura da virtualidade real (CASTELLS, 2003, p. 474-475).

É em um espaço de fluxos, que domina o espaço de lugares, e em um tempo intemporal, que substitui o tempo cronológico da Era industrial, que Castells acredita acontecerem os processos de mudança estrutural que, segundo ele, contribuem para operar a transformação fundamental dos contextos macropolíticos e macrosociais “que moldam e condicionam a acção social e a experiência humana em todo o mundo” (p. 474). Conforme essa proposição, compreende-se que as mudanças que se dão nas mais diversas esferas da atividade humana, algumas mencionadas inicialmente, tem raízes na nova configuração espacial e temporal. É interessante notar como essas mudanças no social atingem o nível individual, de tal modo que Castells chega a caracterizar o surgimento do que chama de personalidades flexíveis. Trata-se de um estado em que há dedicação integral à reconstrução do ser, em vez de definições a partir da adaptação a comportamentos, característica convencional outrora. Castells explica que esse tipo de caracterização, meramente adaptada e nitidamente passiva, não faz mais sentido nos dias de hoje, porque já não é mais viável. Para o autor “a mudança mais fundamental das relações de experiência na Era da Informação é a sua passagem para um padrão de interação social construído sobretudo pela experiência real da relação” (p. 474). Isso significa que, nos dias atuais, a estrutura social está baseada mais na produção de formas de sociabilidade do que na imitação de modelos de comportamento.

¹¹ É importante ressaltar que para Castells este é um conceito que representa uma forma predominante, não única, porque, conforme menciona “o espaço de fluxos não anula a existência de lugares” (2003, p. 474).

Conforme os interesses do presente trabalho, é pertinente atentar mais de perto para um aspecto enfocado por Castells em sua reflexão sobre a estrutura social na atualidade, que é a constituição de um “sistema temporal”, relacionado com o desenvolvimento das tecnologias de comunicação e caracterizado pela negação do tempo (p. 459). Daí, o conceito de temporalidade que propõe, denominado tempo intemporal, que define como “a forma dominante emergente do tempo social na sociedade em rede” (p. 461). O autor explica que o paradigma antes predominante, que descreve o tempo como linear, irreversível, mensurável e previsível é substituído por uma realidade caracterizada pela fragmentação, patente na sociedade em rede. Nesse movimento entre paradigmas, alerta o autor, não se trata apenas de observar o tempo tornar-se relativo mediante os contextos sociais ou testemunhar um retorno à reversibilidade temporal, como se a realidade pudesse ser inteiramente captada em mitos cíclicos. Para ele, a transformação temporal é mais profunda, pois tempos são misturados para criar um universo eterno “que não se expande sozinho, mas que se mantém por si só, não cíclico, mas aleatório, não recursivo, mas incursor” (p. 460). Chega-se a um estado em que o indivíduo busca se desvencilhar dos contextos de sua existência usando a tecnologia, ao mesmo tempo em que, também por meio dela, passa a se apropriar de diversos outros valores, selecionados de outros contextos, e que oferecem um presente eterno (p. 460).

Castells observa ainda que na estrutura da sociedade em rede estão embutidas a libertação do capital em relação ao tempo e a fuga da cultura ao relógio, características facilitadas pelas novas tecnologias da informação (p. 460). Castells afirma que a exclusão de funções e pessoas em diferentes estruturas temporais e espaciais, e a posterior inclusão seletiva, mostra que o capital não só comprime o tempo como também o absorve e gera renda “a partir de seus segundos e anos” (p. 461). Conforme explica

O tempo é gerenciado como um recurso, não da maneira cronológica linear da produção em massa, mas como um fator diferencial em relação à temporalidade de outras empresas, redes, processos ou produtos. (...) o tempo não é apenas comprimido: é processado (CASTELLS, 2003, p. 466).

O tempo adquire uma personalidade flexível, propícia e conveniente à gestão da produção em rede, com a velocidade, a manipulação e o controle dos ciclos dos produtos, lucros, equipamentos e recursos humanos como diferencial competitivo nos mercados. A manipulação e o controle do tempo, a busca por sua flexibilização e organização com base no curto prazo, fazem com que o ser humano seja confrontado e muitas vezes dominado por múltiplas e contraditórias temporalidades, que o autor declara se desenvolverem

invariavelmente dentro da mesma estrutura (p. 469). Além disso, a distribuição como se estrutura o tempo de trabalho na vida cotidiana e as tentativas de administrá-lo geram efeitos em outras dimensões, relacionadas às maneiras como os indivíduos se sentem, divertem-se e sofrem (p. 466). Portanto, são novas relações que interferem não apenas na economia, mas na organização social e na vida diária das pessoas.

Castells acrescenta que a noção de relógios biológicos, ritmos individuais ou mesmo cósmicos que ordenam um ciclo de vida regular, também está sofrendo alterações devido aos avanços organizacionais, tecnológicos e culturais característicos da nova sociedade (p. 472). Todas essas constatações fazem com que o autor levante a hipótese de que a sociedade em rede se caracteriza “pela ruptura do ritmo, ou biológico ou social, associado ao conceito de um ciclo de vida” (p. 472). O ritmo cronológico interno dos eventos significativos dá lugar a uma nova forma de ordenação, organizada em sequências temporais condicionadas ao contexto social de sua utilização. Por um lado, essa ordenação é eterna, porque alcança toda uma sequência passada e futura, e por outro, efêmera, porque é dependente dos objetivos para que é utilizada. Conforme o autor resume, vive-se “em um universo de temporalidade não-diferenciada” (p. 487). O tempo eterno e efêmero se encaixa neste modo cultural, à medida que transcende qualquer sequência específica. Conforme declara “o tempo é comprimido e, em última análise, negado na cultura como uma réplica primitiva da rápida movimentação de produção, consumo, ideologia e políticas em que nossa sociedade é baseada” (p.487). Esse tempo, eterno e efêmero da nova cultura, adapta-se à lógica do capitalismo flexível e à dinâmica da sociedade em rede, mas acrescenta, na visão de Castells, sua camada poderosa, que instala sonhos individuais e representações coletivas. Forma-se um panorama mental que combina com uma lógica intemporal como o autor sugere, baseada em fluxos (p. 488-490).

Essa confusão pode tomar a forma de compressão da ocorrência dos fenômenos, visando à instantaneidade, ou então de introdução da descontinuidade aleatória na sequência. A eliminação da sequência cria tempo não-diferenciado, o que para Castells equivale à eternidade. Ao que declara que a maioria das pessoas e lugares vivencia temporalidades diferentes, individualizadas (p. 489). Segundos suas palavras

O tempo intemporal pertence ao espaço de fluxos, ao passo que a disciplina tempo, o tempo biológico e a sequência socialmente determinada caracterizam os lugares em todo o mundo, estruturando e desestruturando materialmente nossas sociedades segmentadas. O espaço de fluxos (...) dissolve o tempo desordenando a sequência dos eventos e tornando-os simultâneos, dessa forma instalando a sociedade na efemeridade eterna (CASTELLS, 2003, p. 490).

Essas proposições ajudam Castells a teorizar, e, mais especificamente, contemporizar a Era da Informação, identificando a diferenciação conflituosa de tempo nela existente e que compreende como resultante do impacto de interesses sociais opostos sobre a sequência dos fenômenos.

Cada vez mais comprimido e indiferenciado, o tempo em Castells converge para a intemporalidade, conceito pelo qual distingue a temporalidade dominante na atualidade, e que se dá sob o paradigma da tecnologia da informação e da sociedade em rede. Esta (in)definição causa confusão sistêmica na ordem sequencial dos fenômenos, com reflexos nas dimensões social e individual da vida humana.

2.8 O tempo em Fiorin

Sob a ótica enunciativa, Fiorin (1999) abre um diálogo sobre como o tempo, o espaço e a pessoa são expressos na linguagem humana. Considerando-os categorias essenciais, aborda sua apresentação, organização e interferência no processo de discursivização.

Para construir seu raciocínio, Fiorin lembra que as línguas e a linguagem inscrevem-se em um espaço real e em um tempo histórico, sendo faladas por seres situados nesse mesmo espaço e tempo (p. 10). Retomando o mito da expulsão do homem do paraíso — marco em que este teria sido colocado na História —, além de revisitar uma das primeiras versões para a origem da linguagem, o autor deseja afirmar que, nesse âmbito, o que pertence à ordem da História é o discurso e não o sistema. Por meio desse esclarecimento, introduz duas teses que considera centrais a qualquer teoria do discurso: a primeira, de que o discurso é da ordem do acontecimento (História) mesmo obedecendo coerções da estrutura; e a segunda, de que não há acontecimento fora dos quadros do tempo, do espaço e da pessoa (p. 15). Como consequências de tais considerações estão a distinção do discurso como o lugar da instabilidade das estruturas, onde se criam os efeitos de sentido com a infringência ordenada às leis do sistema, e o reconhecimento da importância de compreender os mecanismos de tempo, de espaço e de pessoa para entender o processo de discursivização.

Fiorin declara que o homem se vê inapelavelmente diante da diferença do que é da ordem da linguagem e do que é da ordem do mundo. Tal paradigma marca a constituição heterogênea do discurso, construído em uma relação polêmica sobre outros discursos (p. 15). As contradições decorrentes reforçam a afirmação de que a linguagem se configura como “uma relação de equilíbrio precário derivado de forças estabilizadoras e desestabilizadoras” (p. 17).

Fiorin recobra de Benveniste a definição de que a enunciação é o mecanismo com que se opera a passagem da língua ao discurso. Tal posição, lembra o autor, levou Benveniste a demonstrar que as categorias da enunciação pertencem não à língua, mas à linguagem, o que significa que todas as línguas devem, de uma forma ou de outra, manifestar temporalidade, espacialidade e actorialidade. Percebendo a influência dessas categorias no processo de discursivização, Fiorin volta suas atenções para a forma como elas se organizam, interesse que o leva a formular a hipótese de que todas as categorias enunciativas são regidas pelos mesmos princípios (p. 22).

A argumentação de Fiorin consiste em demonstrar que as instabilidades linguísticas, aparentes ao se tratar do discurso, não se realizam aleatoriamente, porém antes obedecem a certas coerções, que são elas mesmas garantias da existência do sentido. Com base nesse pensamento percebe as categorias de pessoa, tempo e espaço sendo regidas pelos mesmos princípios, funcionando de modo instável no discurso, ainda que este seja regido coercitivamente (p. 22). O autor se detém sobre o funcionamento de cada uma das três categorias mencionadas, sendo que, pelo aproveitamento do estudo, acompanham-se especificamente suas considerações a respeito do sistema temporal.

Fiorin afirma que o homem sempre se preocupou com o tempo. Segundo ele, nos primórdios das sociedades, a percepção estava ligada a uma incompatibilidade com a experiência temporal, em que gerações se sucediam “por meio de uma circulação incessante entre mortos e vivos” (p. 136). Como consequência, ele explica, o tempo da existência humana integrava-se no tempo cíclico do cosmo. Mas esse paradigma mudou. Celebrando novos valores, a sociedade de hoje vê o tempo como uma força de destruição, “que arruína tudo o que é tido como eufórico” (p. 136).

Paralelamente, ocorreu um redirecionamento na reflexão do tempo, ganhando destaque o ponto de vista linguístico, que Fiorin retoma a partir dos indícios trazidos por Santo Agostinho. Nas especulações do religioso, percebe-se o abandono de uma visão meramente física do tempo, que dá lugar a um enfoque na experiência deste no espírito e sua articulação pela linguagem, que possibilita apreendê-lo e medi-lo. Com essa perspectiva, o tempo passa a ser pensado por meio de signos, denominados por Santo Agostinho como imagens-vestígio, representantes da memória, e imagens-antecipantes, que simbolizam a espera. O exame de tais proposições contribui para Fiorin afirmar que, ao passar, o tempo se reduz a um ponto, expressão da ausência da extensão desse tempo; e enquanto passa, é atenção, e tem duração contínua (p. 137). Encaminhando-se “para o não ser o que aí vai passar”, o tempo nessa visão não admite pensar em passado e futuro longos, pois eles não

existem. O que tem extensão, entende o autor, são a memória e a espera, cujas impressões ficam na alma (p. 138).

Desse modo, percebe-se que o tempo é fundado em um momento específico, que marca a referência para o que já foi e o que ainda vai passar. E esse momento, explica Fiorin, dentro dos quadros da linguística, acontece por meio da enunciação. A partir desse ato é que é produzido o enunciado, que traz consigo elementos referentes ao momento de sua produção, dentre os quais diversos são regentes de aspectos temporais (p. 36). Neste ponto, recorre a Benveniste, que descreve a enunciação como o momento em que se instaura um *agora*, e, a partir dele, um *então*. Esse *agora* baseia as oposições temporais da língua, em que o presente, por exemplo, indica a contemporaneidade entre o evento narrado e o momento da narração (p. 142) [grifo do autor]. Gerado pelo ato de linguagem, o agora permanece o mesmo ao longo do fio do discurso e torna-se um eixo que ordena a categoria topológica da concomitância *versus* não-concomitância, isto é, daquilo que se manifesta ao mesmo ou em outro tempo que aquele do ato gerador. Essa categoria, por sua vez, divide-se na anterioridade ou posterioridade em relação ao dado momento de referência.

O momento de referência, por instituir o anterior e o posterior do discurso, coordena e conforma sob si todos os tempos verbais. Fiorin explica que o presente existe como um tempo verbal por excelência, pelo qual as demais formas temporais se organizam e que “concerne às relações de sucessividade entre estados e transformações representados no texto” (p. 144).

Através das considerações de Fiorin percebe-se que a temporalização está intrinsecamente relacionada à enunciação. Funcionando a partir do momento da enunciação e organizado conforme o momento de referência do enunciado, o tempo passa a responder pelo que o autor declara serem dois sistemas. O primeiro, que está vinculado ao momento da enunciação, é denominado por ele como sistema enunciativo; e o segundo, que está relacionado às ordenações do texto, e é nomeado sistema enuncivo (p. 145).

Esses sistemas demonstram não somente como acontece a temporalização¹² a partir da operação de passagem da língua para o discurso, mas também demonstram sua manifestação nele. Conforme Fiorin, é no discurso que o homem simula sua performance no mundo, cujas ações podem ser anteriores, atuais ou posteriores, mas sempre presentificadas na linguagem. Desse modo, acrescenta o autor, o tempo é sentido “na medida em que é uma incidência na

¹² Fiorin se preocupa em diferenciar temporalização de aspectualização do tempo. Esta última diz respeito à transformação de ações em processos, isto é, “à atividade de um actante observador que vê a ação como uma ‘marcha’, um ‘desenrolar’” (p. 139). O autor alega que, embora sejam gramaticalmente diferentes, temporalização e aspectualização relacionam-se de forma intrínseca: “o aspectual é sobredeterminado pelo temporal, e o tempo dos processos só é apreendido em sua aspectualidade” (p. 140).

permanência, em que é a descontinuidade que se introduz na continuidade da eternidade” (p. 140). O tempo é inserido no processo de discursivização, ajudando a moldar a relação entre os discursos, que muitas vezes é de oposição, pois todos estão submetidos à temporalidade.

Expresso de modo particular em cada língua, o tempo, em Fiorin, é visto como intrínseco à enunciação e estabelecendo relação com o discurso por meio de categorias e modalidades que manifestam na linguagem estados e transformações do agir humano.

2.9 Considerações sobre as perspectivas à luz da *Análise do Discurso*

Por reconhecer a natureza complexa do tempo, o levantamento realizado buscou contribuições de diferentes teóricos, fazendo conhecer enfoques que, assinaladas as especificidades, guardavam entre si a preocupação com o tempo e as maneiras de percebê-lo e representá-lo. Desse modo, a revisão bibliográfica se mostrou útil e necessária, de um lado por indicar formas de apreensão e compreensão do tempo, ajudando a delinear como se dá a experiência temporal; de outro, por familiarizar as transformações por que passa esta experiência na contemporaneidade com os objetivos da pesquisa. Contudo, como os pensamentos recobrados advêm de diferentes origens teóricas, é preciso revisitar essas reflexões onde elas se aproximam e se distanciam de pressupostos da principal filiação teórica deste trabalho, a *Análise do Discurso* de linha francesa (AD).

Na reflexão filosófica de Castoriadis, compreende-se o tempo como construção e como instituição. Enquanto construção, relaciona-se ao sujeito; enquanto instituição, ao sócio-histórico. No entanto, esta distinção não impõe separação: o tempo pertence tanto a uma dimensão imaginária do sujeito quanto a uma dimensão social-histórica. O que as coloca em correspondência são as determinações, as figuras outras de que fala o autor. Estas intervêm para definir não só o que seja o tempo, mas como ele seja, como ele deva funcionar. Em outras palavras, o tempo é, para sujeito e sociedade, um efeito.

Essa constatação faz com que se entenda que o tempo é algo nunca visto em si mesmo, mas antes uma projeção, resultado de determinações que o instituem socialmente e o constroem imaginariamente. Isso reforça o princípio discursivo formulado por Pêcheux (1995a) de que o sujeito interage com efeitos de sentido que lhe são provocados e vão constituir seu imaginário (p. 183). Com a AD, pode-se questionar de que posições ideológicas falam essas determinações e analisar como se configuram esses processos. Sabe-se que se trata de forças materiais que detêm a capacidade de determinar e submeter o tempo a um funcionamento conveniente a sua regência. Como explica Castoriadis, essa é uma relação interconstitutiva, em que o tempo, uma vez instituído, torna-se elemento de organização e manutenção das mesmas forças que o estabelecem.

A emergência da alteridade, percebida pelo autor como característica essencial do tempo, sofre um primeiro movimento determinativo. Sob a alegação de uma estabilização necessária para o desenvolvimento da atividade social, busca-se um controle sobre a autoalteração incessante do tempo, fixando formas de ordenação. Para estabilizar uma

dimensão em permanente reconstrução, institui-se o tempo identitário, que impõe uma quantificação temporal a partir de referências naturais, e o tempo imaginário, que fornece possibilidades de significação mais qualitativas. Considera-se ingênuo pensar essa institucionalização somente como uma determinação histórica do tempo necessária à organização e sustentação de práticas sociais. A necessidade de apreender o tempo e registrá-lo sugere também uma oportunidade de engendrar representações que visem mais do que somente o controle das instabilidades inerentes a essa dimensão e que poriam em risco o fazer social. A ideologia embutida no processo de demarcação coletiva do tempo interfere em como as pessoas o percebem e agem segundo ele, noções que para Castoriadis são necessárias para abranger a compatibilidade material das experiências de vida e que, como o próprio autor explica, são tratadas tacitamente, como se todas as concepções e modos de agir fossem naturais, evidentes. Ao pensar a ideologia e seus construtos, Pêcheux (2011b) afirma que

observamos uma constante dependência de administrações e burocracias, respeito a ordens, hierarquias e barreiras, que funcionam visivelmente como instâncias de opressão. Observamos também o costume à obediência e ao adestramento (...) (PÊCHEUX, 2011b, p. 109).

O tempo que chega até as pessoas é mais uma dessas construções disciplinares, que pela imposição de marcos e limites conformam as experiências vividas. Por isso, há base para pensar as determinações enquanto movimentos sobre o tempo, que fazem a apreensão se realizar como representação e manejo, análise que este estudo objetiva.

Indissociáveis das forças e interesses ideológicos, as tentativas de controle buscam efetivar e sustentar maneiras particulares de ver e de fazer o tempo. Isso faz supor que, no que concerne à linguagem, haja a procura por referenciar de forma inequívoca o tempo instaurado, respaldada na aparente relação literal com o mundo. Mas é aí que se pode dizer que o controle é duplamente ilusório, pois filosoficamente não se escapa à autoalteração do tempo e discursivamente o sentido sempre pode ser outro. Castoriadis inclusive diz que exatamente por as determinações não serem neutras, torna-se possível o aparecimento “do irregular, do acontecimento, da ruptura da recorrência” (p. 249). Acrescenta-se que a possibilidade do equívoco¹³ parece assinalar o desajuste entre o tempo de fazer e o de representar, mostrando

¹³ Observando a especificação de Orlandi (2004), frisa-se que o equívoco é referido aqui mais propriamente ao que afeta a relação palavra/coisa, devido à reflexão desenvolvida sobre o trabalho sócio-histórico na apreensão do tempo. Contudo, não se desconsidera o foco dado pela autora que, em estudo sobre a interpretação, toma equívoco menos “ao nível do formulado” do que “constitutivo da relação do sujeito com o simbólico”, detendo-se no equívoco resultante da relação ideologia/inconsciente (p. 146).

que há ainda o instável, histórico-discursivo, de que as forças controladoras não podem se isentar.

As considerações de Harvey dialogam de perto com alguns fundamentos da AD e a proposta deste trabalho. Concorde-se com a compreensão do autor de que não é possível refletir sobre o tempo, e logo dos processos que envolvem sua representação, independentemente da ação social. É necessário evocar as formas materiais (ideologias) e as condições de produção sócio-históricas para entender como ocorrem os movimentos e transformações dos sentidos sobre o tempo. Em sua relação com o materialismo histórico a AD endossa essa percepção, pois faz questionar um sentido idealista de tempo fornecido linguisticamente. Como diz Pêcheux (1995a), sem considerar o materialismo “fica-se, em um sentido estrito, insuficiente para caracterizar os processos discursivos inerentes a uma formação discursiva” (p.182-183). O que se vê, no entanto, é um processo de atribuição de sentidos que se dá cotidianamente e que sedimenta conhecimentos sobre o tempo, tornando-os absolutos a partir da quantificação objetiva fornecida por instrumentos criados pelo homem e sua reprodução pela linguagem. Ainda assim, há diversidade de percepções e interpretações as quais não cabe designar como variantes, mas sim possibilidades outras de sentido.

Na esteira do que diz Harvey, concorda-se que a reflexão sobre o tempo deve ser relativizada tendo em vista os inevitáveis conflitos de ordem ideológica em cada formação social¹⁴, que incidem sobre o trabalho simbólico. Desse modo, a significação sobre o tempo não pode ser tomada como neutra, unívoca e definitiva, mas antes parcial, múltipla e mutável.

A construção de sentidos sobre o tempo ganha ainda maior relevância pelo papel que este desempenha enquanto componente de relações de poder, especialmente no que concerne à materialidade econômica. A determinação de aspectos temporais tem efeitos diretos em como os sujeitos orientam sua ação no mundo, o que discursivamente traz à discussão a questão interpretativa. Como explica Orlandi (2004) “o gesto de interpretação é o que — perceptível ou não para o sujeito e/ou para seus interlocutores — decide a direção dos sentidos, decidindo, assim, sobre sua (do sujeito) direção” (p. 22). Reconhece-se novamente a ingerência que cerca e atravessa a relação do sujeito com os sentidos, por estes inevitavelmente se reportarem à história, que, ainda segundo Orlandi, é o que materializa a interpretação, que por sua vez é “o lugar próprio da ideologia” (p. 18). Sempre é válido

¹⁴ Em AD, conforme Leandro-Ferreira (2001), trata-se do “espaço a partir do qual se podem prever os efeitos de sentido a serem produzidos” (p. 16). O lugar que o sujeito ocupa no discurso bem como a leitura que faz dele se definem por condições de produção discursivas relacionadas à posição que o sujeito ocupa em uma dada formação social.

lembrar que, conforme Pêcheux (1995^a), é a ideologia que fornece as evidências, que dão a falsa certeza de que “todo mundo sabe” o que uma palavra ou um enunciado dizem e querem dizer. Essa falsa “transparência da linguagem” mascara o caráter material dos sentidos (p. 160).

Compreende-se, por um lado, que a reflexão sobre a significação do tempo não deve se conformar com a objetividade e a interpretação “evidentes”, e por outro, não pode prescindir dos conteúdos sociais, de forma a desfazer precisamente esse efeito de evidência. A dinâmica das formações sociais, com a ideologia em funcionamento, deve ser considerada para entender que significações adquire o tempo, como se efetivam e, sendo também objetivo da presente pesquisa, verificar transições entre esses sentidos, conforme a mudança de práticas. Convém alertar que prática já é trazida na ótica da AD, precisamente no que Pêcheux (1995a) distingue deste termo¹⁵, e que, pelo raciocínio até aqui desenvolvido, faz supor haverem modificações na própria configuração sócio-histórica em que o indivíduo está situado.

Portanto, acredita-se que paralelamente às transformações nas condições sociais, transformam-se as significações sobre o tempo, implicando alterações em como é representado e manejado, com vistas à ação social. Na contemporaneidade, as vicissitudes que cercam as relações econômicas e culturais refletem a condição pós-moderna de Harvey e indiciam a instalação de novas discursividades temporais.

As considerações de Bauman (1998; 2001) ajudam a explicitar vínculos entre os aspectos temporais e as mudanças que ocorrem nas relações sociais. Em sua perspectiva sociológica, Bauman percebe que, atualmente, vive-se a passagem para uma outra forma de modernidade, marcada pela transição de ideais e comportamentos, que ainda segundo o autor, não podem ser analisados sem considerar suas manifestações anteriores. Sob a ótica da AD, pensa-se que essa (re)flexão pode ir além de uma necessidade comparativa. Mais do que mapear variações históricas nos espaços físicos e simbólicos, como sugere o autor, pode-se

¹⁵ Segundo Pêcheux (1995a) “não se trata de dizer, porém, que uma prática (discursiva ou não) seja a prática de sujeitos (no sentido dos atos, ações, atividades de um sujeito – isso seria cair no golpe do que chamamos o ‘efeito Munchhausen!’), mas sim de constatar que todo sujeito é constitutivamente colocado como autor de e responsável por seus atos (por suas ‘condutas’ e por suas ‘palavras’) em cada prática em que se inscreve; e isso pela determinação do complexo das formações ideológicas (e, em particular, das formações discursivas) no qual é interpelado em ‘sujeito-responsável’ (p. 214). Desse modo, um indivíduo só é agente de uma prática quando a ele é atribuída a forma de sujeito. A expressão “forma-sujeito” é introduzida por Louis Althusser. Pêcheux por ela designa “a forma de existência histórica de qualquer indivíduo, agente das práticas sociais” (p. 183).

problematizar a produção dos sentidos que destes emanam, procurando observar os deslocamentos e derivações do significar de um período a outro.

A partir de um exemplo apresentado pelo próprio Bauman é possível vislumbrar essas movimentações. Segundo o autor, a época precedente à modernidade líquida mantinha os indivíduos conformados a uma lógica homogênea rotinizada, firmada em um tempo subordinado à dinâmica do capital. Um sentido de tempo predominante, calcado na afirmação “tempo é dinheiro”, instala-se como referencial para a vivência temporal. Pensa-se que a sensação de aceleração, efeito dessa política econômica, marcada pela velocidade das trocas mercadológicas e dos ritmos de consumo, provoca na sociedade moderna líquida contrapartidas ao que sustenta o enunciado supracitado, haja vista a relevância atual de questões sobre a durabilidade das experiências e a busca por identidade. Por isso não seria possível conceber, hoje, a exclusividade de um direcionamento do tempo progressivo e linear como o de antes. Ao pensar o discurso como estrutura e acontecimento, Pêcheux (1990) comenta sobre transformações assim

Não se trata de pretender aqui que todo discurso seria como um aerólito miraculoso, independente das redes de memória e dos trajetos sociais nos quais ele irrompe, mas de sublinhar que, só por sua existência, todo discurso marca a possibilidade de uma desestruturação-reestruturação dessas redes e trajetos: todo discurso é o índice potencial de uma agitação nas filiações sócio-históricas de identificação, na medida em que ele constitui ao mesmo tempo um efeito dessas filiações e um trabalho (mais ou menos consciente, deliberado, construído ou não, mas de todo modo atravessado pelas determinações inconscientes) de deslocamento no seu espaço: não há identificação (interpelação, assujeitamento), plenamente bem sucedida, isto é, ligação sócio-histórica que não seja afetada, de uma maneira ou de outra, por uma ‘infelicidade’ no sentido performativo do termo (PÊCHEUX, 1990, p. 56).

Uma articulação similar com as ideias de Bauman é levantada por Courtine (2008). Percebendo uma mutação¹⁶ das discursividades contemporâneas, este autor considera a liquidez também dos discursos ao relacionar com as expressões língua de madeira¹⁷ e língua de vento. Por meio delas, Courtine procura distinguir o funcionamento de discursos em meio a cenários “duros como madeira”, regidos por doutrinas que fazem circular “conjuntos anônimos, repetitivos, compactos e saturados de enunciados” (p. 12) daqueles discursos fragmentados e instáveis — líquidos diria Bauman — como o vento, típicos das democracias ocidentais, e que também caracterizam a publicidade, conforme entende Pêcheux (1990). A fluidez, e não mais a rigidez, seria a característica predominante dos discursos que circulam

¹⁶ Courtine elege alguns acontecimentos (queda do muro de Berlim em 1989; ataque às Torres Gêmeas em 2001) como “marcos” de, respectivamente, encerramento e início de ciclos simbólicos e de organização dos discursos.

¹⁷ Expressão cunhada por Régis Debray.

hoje em dia. Para tal constatação, Courtine alega que houve uma reviravolta das condições de produção dos discursos no ocidente que os coloca “submetidos à regra universal do ‘descartável’: de onde deriva sua volatilidade, sua deterioração precoce” (p. 15). Esse novo quadro discursivo, ainda segundo o autor, traz para a AD uma dupla exigência: de “voltar-se para o estudo do fluxo das formas breves” (p. 16), em termos de métodos e objetos, e de “compreender as formas inéditas de dominação que se elaboram neste momento de discursividades líquidas e em apreender os efeitos, ao mesmo tempo políticos e psicológicos, sobre os sujeitos” (p. 17), questões que corroboram aspectos tratados na presente pesquisa.

Pelo que foi exposto, pode-se argumentar que a representação e o manejo do tempo na contemporaneidade não se dão sobre as mesmas formas testemunhadas por gerações precedentes. Arrisca-se dizer, nos termos de Bauman, que os sentidos sobre o tempo estão diluídos em múltiplos e efêmeros discursos, desafiando o trabalho do analista.

Por meio das considerações de Marc Augé (1994; 2006), atenta-se para os impactos relacionados ao tempo em uma sociedade como a de hoje, midiaticizada e altamente dependente das tecnologias de informação e comunicação. A ênfase nas consequências para as relações entre as pessoas é própria da sua área de origem, a antropologia. Assumindo a perspectiva da AD, prefere-se dirigir atenção para os processos que causam essas implicações, o modo como os sentidos conformam as relações interpessoais.

No escopo da AD, constatar que o tempo adquire um *status* prioritário na vida social é antes pensar que essa significação é concebida e sustentada por meio de condições de produção sócio-históricas, as quais sustentam ideologicamente a noção de urgência temporal que se sobressai entre outros sentidos possíveis a respeito dessa dimensão. Não quer dizer que tudo que diga respeito ao tempo signifique de forma premente, até porque, discursivamente, não há transmissão de conteúdos literais, mas produzidos “efeitos de sentido entre locutores” (PÊCHEUX, 1969, p. 82). A noção de prioridade trazida por Augé e compartilhada no presente estudo como questão de análise, aparece sim como uma evidência, a forma predominante de perceber o tempo na contemporaneidade, reiterada cotidianamente, sendo tomada ao nível do natural, do comum. Dito de outro modo, já se espera que o tempo só seja assim, principalmente para as gerações mais novas, nascidas e criadas nesse panorama temporal.

Nas considerações de Augé, defende-se a ideia de uma continuidade da sociedade moderna, mas sendo agora regida sob outras condições, assim como asseverado por Bauman. Porém, o antropólogo enfoca esse novo estado principalmente pela figura do excesso,

característica que também entra em discussão no âmbito da AD. Para Leandro Ferreira (2008), há excesso pelo contingente de informações promovido pelo discurso midiático, fazendo circular uma diversidade de assuntos, que produz sensação de saturação e, ao mesmo tempo, requisita dos sujeitos um esvaziamento incessante da memória, pois precisam “estar aptos a receber atualização constante, o que demanda espaço disponível” (p. 13). De maneira similar, Augé percebe o esquecimento como consequência imediata, dada a impossibilidade de se absorver tudo que está acessível como matéria informativa. Como complemento, Leandro Ferreira explica que “precisamente por conta desse ‘tudo’ é que acabamos ficando muito perto do ‘nada’. Ou seja, um excesso que, em seu transbordamento, conduz à falta” (p. 14). Avista-se, nesse entender, uma espécie de hiato dos sujeitos com os sentidos, suspensos entre a superficialidade dos discursos e a ausência de reflexão sobre os mesmos.

Para Ernst-Pereira (2009), o excesso, junto com a falta e o estranhamento, são conceitos-chave¹⁸ para o analista do discurso proceder ao gesto de interpretação. Precisamente o excesso, conforme a autora, “consiste de um ‘acréscimo necessário’ ao sujeito que visa garantir a estabilização de determinados efeitos de sentido dada a iminência (e o perigo) de outros a estes se sobreporem” (p. 4). Também para a autora, o excesso ajuda a explicar as repetições de saberes interdiscursivos, detectados mesmo em distintas formulações, e que atuam reafirmando um dado posicionamento ideológico. Por meio dessas colocações, pensa-se o discurso midiático como excelente observatório do funcionamento de manobras discursivas como essa, que podem fazer comparecer/desaparecer dizeres mais/menos convenientes sobre o tempo.

Acredita-se poder estender essas considerações aos outros excessos percebidos por Augé: o imagético, com a (re)produção incessante de simulações do mundo e consequente banalização da imagem; e o de individualismo, na busca por (re)afirmação de uma identidade pelo consumo e na substituição de interações sociais convencionais por aquelas proporcionadas via novas tecnologias. A propósito desta forma de excesso, Gregolim (2007) afirma que ela tende a ser acentuada, na sociedade contemporânea, pelos discursos que circulam nos meios de comunicação de massa, ao forjarem a identidade como “criação de um *eu* singular e único” (p. 39) [grifo do autor].

Todos esses excessos, vistos em relação direta com a mediação oferecida pelos meios de comunicação, acarretam sensações como as de aceleração, dependência e solidão,

¹⁸ Segundo a autora, princípios gerais para que se reconheça, nas sequências discursivas sob análise, “aquilo que é dito demais, aquilo que é dito de menos e aquilo que parece não caber ser dito num dado discurso, numa dada conjuntura histórica frente a um dado acontecimento”, contribuindo para o movimento interpretativo do analista frente aos seus objetivos (p. 4).

percebidas nos dias hoje. Atentar para a presença dessa característica nos discursos parece tática bastante profícua para a investigação dos sentidos atribuídos à experiência atual — sobremoderna para Augé — com o tempo.

A reflexão sobre a representação do tempo recebe de Thompson (1995; 2008) importantes contribuições, especialmente por sua ênfase nos usos sociais das formas simbólicas. Para esse autor, as significações com que as pessoas entram em contato diariamente estão entrelaçadas ao ideológico, podendo ser empregadas para sustentar relações de poder. Entende-se que esse uso na atualidade esteja concentrado em grande parte no trabalho simbólico particular dos discursos midiáticos, que se tornaram referência de compreensão das relações em sociedade.

Thompson enseja compreender essas maneiras de significação pensando-as funcionando no mundo sócio-histórico constituído como um campo de significados. Na AD, tal asserção deve ser trabalhada apreciando alguns de seus princípios-chave. Primeiro, que há maneiras de significação porque existem condições sócio-históricas que determinam a produção de um discurso em relação a outros discursos, ligadas às posições daquele que fala diante daquele que o discurso visa. Pêcheux (1995) postula que “palavras, expressões, proposições, etc., mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam” (1995, p. 160), adquirindo sentido em referência a essas posições, que são ideológicas. Segundo, o entendimento de Thompson pode levar a pensar que os significados que constituem o mundo sócio-histórico formem um todo, único e estanque, o que não é o caso. Não é único porque, com base na AD, é mais apropriado pensar em territórios¹⁹ que delimitam posições e saberes, as formações ideológicas (FI) e as formações discursivas (FD), onde naquelas se organizam historicamente, e nestas, materializam-se discursivamente. Conforme explica Pêcheux, os discursos recebem seu sentido da formação discursiva²⁰ na qual são produzidos, e que por sua vez está inserida em uma dimensão além, a da formação ideológica (p. 160-161). São as formações discursivas que vão “interpelar” os indivíduos em sujeitos de seu discurso²¹ representando na linguagem “as formações ideológicas que lhes são

¹⁹ Esse caráter regional é reconhecido por Courtine (2009, p. 72) ao pensar a articulação das FI com as FD.

²⁰ Conforme define Pêcheux (1995a) “aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determinada o que pode e deve ser dito (...)” (p. 160).

²¹ O assujeitamento pode ser visto do ponto de vista das ilusões subjetivas a que o sujeito está exposto. Isso diz respeito aos “esquecimentos” de que fala Pêcheux (1995a): o nº 1, ligado à subjetividade, sob a condição de o sujeito se esquecer que ele mesmo é assujeitado pela FD em que está inserido ao enunciar, não sendo, portanto, fonte do próprio dizer; e o nº 2, relacionado à ilusão da realidade, em que o sujeito não se dá conta que não há uma correspondência literal entre as palavras, seu pensamento e o mundo.

correspondentes” (p. 161). E não é estanque visto que, pela mesma teoria, embora regulados historicamente, reunidos sob uma mesma FI e distribuídos em uma dada FD, os sentidos não escapam a tensões, primeiro entre as FI, pela relação antagônica destas, e depois, entre as FD, cujas fronteiras são agitadas mutuamente toda vez que se confere um e não outro significado a uma formulação. A esse respeito, Courtine (2009) esclarece que “se uma FD é o que, em uma dada FI e em uma conjuntura, determina ‘o que pode e deve ser dito’ (...) convém acrescentar que *essa característica não é isolada* das relações contraditórias que uma FD estabelece com outra FD” [grifo do autor] (p. 73). Desse modo, compreende-se, retornando ao aspecto territorial dos significados, que os sujeitos adentram e se posicionam em certas regiões para enunciarem, buscando significação e trabalhando maneiras de significar, constituindo efeitos de sentido distintos, na complexidade das FI e diversidade das FD.

No esteio dessas considerações, e trazendo agora a questão da interpretação, nota-se pela perspectiva de Thompson que a dependência — na vida em sociedade — de padrões e mecanismos temporais relacionados aos modos de produção e sistemas de trabalho passou a acompanhar também orientações fornecidas pelos meios de comunicação. Os discursos da mídia podem disciplinar, reorganizar questões e conceder legitimidade a interpretações específicas de tempo, de maneira mais flexível e menos explícita. Hoje, as pessoas compartilham em grande parte da significação temporal contida no discurso midiático, que aparece como um poderoso e onipresente mediador de sentidos, já prefigurados nas intrincadas relações discursivas descritas anteriormente, estando, portanto, formatados ideologicamente.

São pontos de reflexão levantados a partir do que observa Thompson e que fazem perceber a importância que podem adquirir certas representações inscritas nas múltiplas formas simbólicas a que o sujeito tem contato nas suas experiências diárias. Tendo como foco a representação do tempo, espera-se contribuir com uma análise de transformações desta, vistas a partir do que é reproduzido em uma materialidade simbólica particular, o anúncio publicitário.

Tendo como marco de observação o contexto das novas tecnologias de informação e comunicação, Marcondes Filho e seus colaboradores investigaram teoricamente as mudanças nas formas de compreender e se relacionar com os aspectos temporais. Compatibilizam-se agora suas percepções com alguns postulados da AD.

Segundo Marcondes Filho, a inscrição do tempo em uma regularidade demarcável se trata de um processo cultural, influenciado primariamente pela necessidade social de fazê-lo

convergir como algo mensurável. Para melhor partilhar dessa asserção, recobra-se a compreensão de Mariani (2009) sobre a cultura vista em uma perspectiva discursiva. Partindo de colocações de Pêcheux sobre esse tema, a autora define cultura como “resultante de práticas dos sujeitos e entre sujeitos que remetem para um estado de coisas num determinado momento e em determinado lugar em uma formação histórica” (p. 45). Para ela, tais práticas não só se vinculam às relações em sociedade, como também se associam aos modos sócio-históricos que produzem, reproduzem, resistem e transformam os sentidos, estando elas, portanto, “expostas também à errância e à não-totalidade dos processos de significação” (p. 45). Desse modo, pensar o tempo convergindo por meio de um processo cultural é já antever uma materialização no âmbito social de sentidos constituídos e determinados historicamente.

Pelas colocações de Marcondes Filho, percebe-se a intangibilidade do tempo, do qual só se vê a ação transformadora, que intriga e angustia, forçando tentativas de registro que são entendidas aqui como a delimitação não apenas espacializada, mas discursivizada, de percepções e de possibilidades de significação. Assim, pensa-se poder articular esse entendimento com a reflexão de Orlandi (2007b) sobre o silêncio. Por um lado, porque apreender o tempo, estipulá-lo, tal como traduzir o silêncio em palavras, parece decorrer do que a autora trata como uma “necessidade do dizer”, pois “espera-se que se esteja produzindo signos visíveis (audíveis) o tempo todo. Ilusão de controle pelo que ‘aparece’” (p. 38). O silêncio, tal como se entende aqui o tempo, é impossível de tocar, observável apenas por seus efeitos e “pelos muitos modos de construção da significação” (p. 48). A aparente visibilidade se relaciona ao efeito de transparência, evidências de sentido que, como visto, a AD desfaz com sua episteme.

No batimento contemporâneo de processos econômicos e comunicacionais, Marcondes Filho vê a relação com o tempo ser conjugada em não um, mas vários presentes possíveis, definidos pela velocidade e a intensidade, produzindo infinitos instantes virgens, expressão que ele agrega ao seu trabalho e a qual cabe uma objeção. É que ao compartilhar dessa colocação, Marcondes Filho admite conceber o tempo sem vínculo com uma memória anterior. Pensados discursivamente, tais instantes tem sim relação com uma memória, ainda que aparentemente não registrada. Não se trata de reminiscência cognitiva, psicológica, mas discursiva, pela qual um já-dito reaparece sempre que o sujeito se filia a determinada FD para significar uma prática ou um dizer. Conforme Courtine (2009) essa memória corresponde à “existência histórica do enunciado no interior de práticas discursivas regradas por aparelhos ideológicos” (p. 105-106). Acredita-se poder explicar o efeito de ineditismo que acompanha a expressão “instantes virgens” pela própria definição de discurso como estrutura e

acontecimento, elaborada por Pêcheux (1990). Para o autor, o acontecimento se encontra na intersecção entre uma atualidade e uma memória (p. 10). A partir dele podem ser deflagrados novos processos de significação sem que se deixe de responder a toda uma rede de relações associativas implícitas preexistentes. O que há é uma reorganização do espaço de memória que é convocado simultaneamente a sua realização (p. 19). Desse modo, pode-se formular que os instantes nunca estão abstraídos de uma memória, porque esta é constitutiva.

O balanço de Marcondes Filho e seus colaboradores indica que contemporaneamente prevalece o tempo enquanto presente, que tem na intensidade o principal parâmetro de medição, e pensa-se poder acrescentar, de interpretação das experiências. Sabendo que são características valorizadas pelos meios de comunicação, cabe investigar como se cumprem discursivamente e também que contradições e desvios podem intervir em seu funcionamento.

A reflexão de Castells dedica atenção não propriamente ao que o tempo é, mas como ele é, como é percebido em uma sociedade cujas relações se dão cada vez mais em/por redes e que tem a informação como poderosa moeda de troca. Compartilha-se com o autor o interesse de tentar refletir a questão do tempo por meio desse viés modal, que privilegia mais processos do que produtos, proposta consonante ao que a AD defende.

Sob o contexto informacional e tecnológico, Castells distingue o que para ele é a característica temporal predominante, a intemporalidade, atentando para o fato de que os discursos contemporâneos são construídos sem referências passadas ou futuras. Aqui, acredita-se haver relação com a noção de uma nova economia psíquica, evocada pelo psicanalista Charles Melman (2008). Para esse autor, a sociedade de hoje é movida pelo imperativo permanente do gozo, isto é, da satisfação de desejos a qualquer preço. Isso contribui para que o sentimento de pertença do sujeito seja momentâneo, mudando de acordo com o lugar em que fala e com a informação com que estabelece laço social para a realização de suas aspirações. Conforme as palavras do autor “não temos mais ideal assumido. O *zapping* não é só das imagens, mas também subjetivo” (p. 94) [grifo do autor]. Para Melman não é possível lidar permanentemente como o mesmo sujeito. Acredita-se que essa mobilidade subjetiva seja um demonstrativo de por que os discursos contemporâneos prescindem de referenciais temporais outros em favor dos que reforçam aspectos do presente. Convém ressaltar que, na AD, o sujeito tem um estatuto particular, que não é psíquico, empírico ou pragmático, mas linguístico-histórico. Para Pêcheux (1995a), discursivamente não há senão um “efeito ideológico ‘sujeito’, pelo qual a subjetividade aparece como fonte, origem, ponto de partida ou ponto de aplicação” (p. 131). Por isso vê a necessidade de uma

teoria não-subjetivista da subjetividade, também constituinte dos processos discursivos, e pela qual se entende que a ideologia já está no sujeito, impondo e dissimulando como ele (se) significa. Ainda para o autor, é por meio dessa relação que fica fornecido “‘a cada sujeito’ sua ‘realidade’, enquanto sistema de evidências e de significações percebidas – aceitas – experimentadas” (p. 162). Contudo, nessa relação também está presente “a marca do inconsciente como ‘discurso do Outro’” que é, para Pêcheux, o que “faz com que todo sujeito ‘funcione’, isto é, tome posição, ‘em total consciência e em total liberdade’, tome iniciativas pelas quais se torna ‘responsável’ como autor de seus atos” (p. 171). Os traços inconscientes, conforme a retificação posterior do filósofo, “não são jamais ‘apagados’ ou ‘esquecidos’, mas trabalham, sem se deslocar, na pulsação sentido/non sens do sujeito dividido” (1995b, p. 300).

Na perspectiva da AD, a identidade do sujeito se relaciona à formação discursiva (FD) em que este é interpelado em sujeito de seu discurso. Essa identificação, como explica Pêcheux (1995a) é “fundadora da unidade (imaginária) do sujeito” e se apoia em traços interdiscursivos da FD que determina seu dizer e que são sempre “re-inscritos no discurso do próprio sujeito” (p. 163). Como referido anteriormente, ao mesmo tempo que se identifica, ele se “esquece”, assumindo a forma-sujeito do discurso. Entretanto, considerando o aspecto volúvel da identidade do sujeito contemporâneo, e já pensando discursivamente o que Castells designa como personalidades flexíveis, prefere-se trabalhar uma ideia de contingência na filiação dos sentidos. Vargas (2008), em estudo que trata exatamente dessa questão, vê a filiação dos sentidos na contemporaneidade “ser relativizada e abrirem-se múltiplas possibilidades de significação” (p. 14). Acredita-se que, formulados nas mais diversas situações, os discursos estão dispersos não apenas em uma FD, mas em tantas quantas o sujeito buscar identificação para suas práticas contemporâneas. Orlandi (2011) traz à discussão a hipótese de que, dada a confluência de fatores, já estaria funcionando hoje o apagamento da história e a dessignificação das filiações (p. 15). O conceito de intemporalidade de Castells parece favorável para verificar e procurar entender uma das faces desse panorama em que qualquer manifestação parece estar constituindo princípio e fim em si mesma.

Seja na ausência do tempo, característica no mundo virtual, na instantaneidade e a imprevisibilidade dos discursos da mídia, nota-se que a condição temporal divisada por Castells se apoia na própria negação do tempo, o que, em certa medida, sinaliza uma tentativa de libertação de um tempo convenientemente administrado e interposto. Essa ponderação encontra ressonância nas conhecidas reflexões de Foucault (2009) a respeito das formas encontradas pelo poder para se institucionalizar e ser aplicado em sociedade. Pensando a

partir das transformações no sistema jurídico-prisional, o autor explora novos meios de controle e vigilância a que o indivíduo está submetido, em que há a disciplina, por exemplo, de sua relação com o tempo.

Finalmente, na perspectiva²² de Fiorin, o tempo é visto enquanto categoria enunciativa, que, junto com as de pessoa e espaço, interfere no processo de produção dos enunciados, com efeitos no funcionamento discursivo. Para o autor, o discurso, dada sua relação ao acontecimento, é lugar de instabilidade das estruturas, e são, pois, os mecanismos de tempo, de espaço e de pessoa capazes de desestabilizar o sistema da língua, ainda que de forma não aleatória²³, criando efeitos de sentido. Pelo foco da presente pesquisa, suas considerações sobre a temporalização merecem destaque, mas também algumas ressalvas.

Nota-se que o autor distingue um tempo fundado pela enunciação, invariante ao longo do fio do discurso, e outro que é próprio do enunciado, que traz marcas referentes àquele de origem. No quadro teórico da AD, tal distinção deve ser observada com prudência, primeiro porque os conceitos de enunciação e enunciado são tratados diferentemente. Pêcheux e Fuchs (1993b) indicam que os processos de enunciação “consistem em uma série de determinações sucessivas pelas quais o enunciado se constitui pouco a pouco e que têm como característica colocar o ‘dito’ e em consequência rejeitar o ‘não dito’” (p. 175-176). Os enunciados, resultados desses processos, só o são mobilizando um dizível, o interdiscurso²⁴, que faz com se constituam antes do sujeito tomar a palavra. Como Fiorin se baseia em Benveniste para afirmar que o tempo linguístico é instaurado no momento da enunciação, o referencial sócio-histórico, que para a AD é anterior e constitutivo, parece ficar deslocado. Para a continuidade da reflexão que o presente trabalho empreende, antes de ser pensada a existência de um tempo próprio da enunciação e outro do enunciado, deve-se considerar a presença da história, no caso, como esta se apresenta nos processos de significação que envolvem tempo e discurso.

Da Silva (2010), em estudo sobre a constituição do imaginário do trabalhador no discurso da CUT, deparou-se com questão semelhante ao também retomar Fiorin sob a ótica

²² A abordagem de Fiorin, sendo realizada a partir do que postula a Teoria da Enunciação, com noções auxiliares advindas da semiótica greimasiana, requer atenção nas aproximações com a AD, visto que são outras suas bases epistemológicas.

²³ O autor refuta a ideia de aleatoriedade vista por gramáticos quanto às alternâncias nas formas linguísticas de pessoa, espaço e tempo.

²⁴ Ainda que estruturados pela língua, os discursos se efetivam de fato pela existência de uma memória sócio-histórica, que compõe o chamado interdiscurso “corpo de traços como materialidade discursiva, exterior e anterior à existência de uma sequência dada, na medida em que esta materialidade intervém para constituir tal sequência” (PÊCHEUX, 2011, p. 145-146).

da AD. Em sua reflexão, a autora prefere a expressão “tempo discursivo” às expressões “tempo da enunciação” e “tempo do enunciado”, de modo a significar o imaginário do tempo, por meio do qual “não só revelamos formas distintas de apreensão e de vivência do tempo, mas também criamos novas relações temporais, estabelecidas, não a partir do ‘eu’, mas a partir de filiações sócio-históricas” (p. 81-82).

Cada enunciação se dá sob específico arranjo de condições de produção e circunstâncias imediatas, fazendo do enunciado “unidade constitutiva do discurso que nunca se repete da mesma maneira”, conforme lembra Leandro Ferreira (2001, p. 14). Ocupando-se dos elementos circunstanciais e da materialidade linguística, Fiorin contribui para a compreensão de importantes aspectos do processo de discursivização. Sua perspectiva oferece uma descrição sistematizada da operação discursiva do tempo, contudo, pensado o plano da constituição discursiva, percebe-se a necessidade de se considerar mais detidamente a história inscrita no discurso. Desse modo, entendem-se os princípios que para o autor garantem a existência do sentido no discurso procedendo dessa inscrição. É a historicidade que fundamenta a produção e que conseqüentemente provê atribuição de sentido por parte do interlocutor na respectiva circunstância. Pêcheux (1993a), ao fundamentar a teoria do discurso, explica esse processo do seguinte modo

(...) o processo discursivo não tem, de direito, início: o discurso se conjuga sempre sobre um discurso prévio, ao qual ele atribui o papel de matéria-prima, e o orador sabe que quando *evoca* tal acontecimento, que já foi objeto de discurso, ressuscita no espírito dos ouvintes o discurso no qual este acontecimento era alegado, com as ‘deformações’ que a situação presente introduz e da qual pode tirar partido (PÊCHEUX, 1993a, p. 77). [grifo do autor]

Enuncia-se a partir de condições de produção dadas, portanto o tempo se realiza no momento da fala, mas é constituído antes. As ordenações formuladas, embora necessárias, não são o interesse principal do gesto analítico. O que é relevante na AD, conforme postula Orlandi (2004) “é o que essa organização sintática pode nos fazer compreender dos mecanismos de produção de sentidos (linguístico-históricos) que aí estão funcionando em termos da ordem significante” (p. 46). Portanto, o entendimento do tempo discursivizado passa antes pela compreensão de que os mecanismos que permitem ao indivíduo expressar sua experiência temporal, articular (na linguagem) apreensão e medição, são resquícios de um processo constitutivo, que indica a interferência do que é histórico, e ideológico, sobre o discurso efetivamente realizado.

Com as considerações realizadas, buscou-se não somente um diálogo com princípios da AD, mas também problematizar o que foi recobrado das perspectivas sobre o tempo à luz desse mesmo campo teórico e dos objetivos da pesquisa. Procurou-se manter o foco nestes, mas também se reconhece que muitos pontos abriam outras possibilidades de reflexão, merecendo serem feitas em outra oportunidade. Esse alinhamento, ainda que breve, foi necessário para embasar a posterior análise. Dá-se prosseguimento à abordagem do tempo, a seguir visto em sua constituição no discurso.

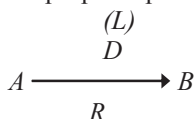
3 CONSTITUIÇÃO TEMPORAL NO DISCURSO

A revisão teórica preliminar, com o subsequente alinhamento aos pressupostos da AD, permitiu uma primeira aproximação com formas de concepção e tratamento do tempo, vislumbrando possíveis implicações e efeitos contemporâneos. Neste capítulo, aprofunda-se a discussão encaminhada no âmbito da AD, mais detidamente em como o tempo se constitui no discurso. Consideram-se as contribuições anteriores, que já oferecem alguns subsídios para pensar o tempo pelo viés discursivo, e também são mobilizadas noções sobre imaginário, ideologia, real, memória e subjetividade, articulando-as ao cerne da pesquisa que é a representação e o manejo temporal no discurso.

3.1 Representação e imaginário

Em “Análise Automática do Discurso (AAD 69)” (1993a), texto referência da fase inicial da AD, é encontrada uma primeira abordagem quanto às representações, a partir do que Pêcheux distingue como relações imaginárias entre os elementos²⁵ da estrutura discursiva. No interior do processo funcionam “uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a *si* e ao *outro*, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro” (p. 82) [grifo do autor]. É no interior de uma formação social que se define como essa projeção se dará, por meio de mecanismos que relacionam uma situação objetivamente definível e uma posição, que representa essa situação. A existência das formações imaginárias no processo discursivo é examinada por meio das perguntas “Quem sou eu para lhe falar assim?”, “Quem é ele para que eu lhe fale assim?”, “Quem sou eu para que ele me fale assim?” e “Quem é ele para que me fale assim?” (p. 83). Deve-se destacar que Pêcheux estende ao referente, o objeto da representação, também um funcionamento enquanto condição de produção. A este funcionamento corresponderiam perguntas específicas: “De que

²⁵ Pêcheux parte de um esquema informacional proposto por Jakobson (1963) reproduzido a seguir:



Neste esquema A se refere ao “destinador”, B é o destinatário, R é o referente, (L) é o código linguístico comum a A e a B, → referencia o “contato” estabelecido entre A e B, e D é a sequência verbal emitida por A em direção a B. Ao explanar sobre as condições de produção do discurso, Pêcheux afirma que locutor (A) e interlocutor (B) são tomados não pela sua presença física no mundo, mas pelos lugares determinados que designam em uma formação social e que, ainda para o autor, poderiam ser descritos enquanto características sociológicas. Pêcheux oferece como exemplo os lugares do patrão, do funcionário de repartição, do contramestre, do operário, estruturados no interior da esfera da produção econômica e cujas propriedades diferenciais correspondentes seriam determináveis pela sociologia (p. 82).

lhe falo assim?” e “De que ele me fala assim?” (p. 84), atestando a abrangência das formações imaginárias, por também serem próprias à representação que se confere ao objeto tratado no discurso. Como complementa, a representação resulta de pontos de vista dos interlocutores sobre dado tema. Isso é relevante ao presente estudo, pois se vê aí colocado o elemento *de que* trata o discurso e *de que* enunciam os interlocutores conforme suas posições. Esse objeto também é imaginário, como ressalta Pêcheux, e o efeito de sentido produzido sobre ele é correspondente ao lugar discursivo que os interlocutores assumem, designado na formação imaginária. De modo preliminar — como é a própria AAD69 — pensa-se, dentro do escopo da presente pesquisa, o tempo como esse referente imaginário sobre o qual se detém o discurso dos anúncios de relógios de pulso, estando a representação e o manejo temporais, portanto, condicionados ao jogo de posições que se estabelece entre o publicitário (e o anunciante que ele representa) e o sujeito (público-alvo) a quem se dirige.

Tal funcionamento é previsto por Pêcheux ao explicar que, por parte do emissor, todo processo discursivo supõe um trabalho prévio de “antecipação das representações do receptor”, que aparece como um mecanismo fundante das estratégias discursivas (p. 84). Por se tratar de um movimento em que o locutor se coloca no lugar daquele a quem seu discurso visa, representa-se para si as representações possíveis para esse interlocutor e assim são estimados sentidos que o dizer possa vir a produzir. Desse modo, conforme os efeitos que visa provocar, o sujeito decidirá formular seu discurso de uma maneira e não de outra. Esse mecanismo antecipatório supõe não somente uma capacidade empática, mas também a possibilidade — muito cara no caso da publicidade — de regulação argumentativa e, conseqüentemente, de manejo discursivo.

Apesar das reformulações que virão sobre a AAD69, mostra-se a importância de retomá-la já em seu texto original, ainda mais pela correlação com o alinhamento feito sobre a revisão teórica inicial, em que se demonstrou que o tempo deve ser visto mais como efeito de determinações e menos como ilação dada a priori. Acredita-se que Pêcheux corrobore esse entendimento ao deixar claro sua oposição a uma ideia de apreensão perceptiva do referente, do outro e de si mesmo como condição pré-discursiva do discurso, típica dos estudos fenomenológicos. Ele rebate essa tese afirmando que “a percepção é sempre atravessada pelo ‘já ouvido’ e o ‘já-dito’, através dos quais se constitui a substância das formações imaginárias” (p. 85). Nessa visão, pode-se entender que as representações do tempo, da maneira como são trabalhadas e apresentadas no discurso publicitário, derivam de processos que funcionam (ou funcionaram) a partir de outras condições de produção. Aqui já há o índice da presença de uma historicidade no dizer, ainda que de maneira rudimentar.

3.2 Representação e ideologia

No texto “Língua, linguagens, discurso”, publicado²⁶ originalmente em 1971, Pêcheux já referencia a existência de representações ideológicas, de natureza teórica e política, e que seriam dependentes das relações de classe características de uma formação social dada. A diferença para a ideia de lugar institucional descrita na AAD69 é que agora se assinala a presença do materialismo histórico, o que redimensiona o entendimento das relações sociais, pois estas passam a ser vistas como sua concretude. Esse reconhecimento do papel material expande o estudo do discurso, que não mais fica restrito a aspectos meramente interpessoais como na primeira incursão do autor. A língua passa a ser concebida como a base em que o discurso é construído e os processos discursivos são vistos funcionando “em relação a representações (...) postas em jogo nas relações sociais” (PÊCHEUX, 2011b, p. 128).

Esse funcionamento é confirmado na reavaliação do texto da AAD69, “A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas” (1993b), em que Pêcheux, junto da linguista Catherine Fuchs, sinaliza que o manuscrito original incorre na possibilidade de críticas pela falta de uma consideração à instância ideológica — compreendida na teoria materialista — a partir das determinações históricas que intervêm no discurso dos sujeitos. As representações imaginárias passam a ser concebidas mediante interposição ideológica e não mais se encontrariam relacionadas a uma posição individual ou universal, mas sim a “‘posições de classes’ em conflitos umas com as outras” (p. 166) [grifos do autor]. Para os autores, as representações são constituídas e caracterizadas nas formações ideológicas (FI), manifestando-se por meio das relações de força e de sentido entre formações discursivas (FD). Pêcheux e Fuchs explicam que

O ponto da exterioridade relativa de uma formação ideológica em relação a uma formação discursiva se traduz no próprio interior dessa formação discursiva: ela designa o *efeito necessário* de elementos ideológicos não-discursivos (*representações, imagens ligadas à práticas, etc*) numa determinada formação discursiva. Ou melhor, no próprio interior do processo discursivo ela provoca uma defasagem que reflete essa exterioridade. Trata-se da defasagem entre uma e outra formação discursiva, a primeira servindo de *matéria-prima representacional* para a segunda, como se a discursividade desta ‘matéria-prima’ se esvanecesse aos olhos do sujeito falante’ (PÊCHEUX, 1993b, p. 168) [grifos nossos].

Entende-se que, embora pese a mediação ideológica, esta não anula a ação do que é próprio da ordem do imaginário, pelo contrário, os efeitos de representações na

²⁶ Langue, ‘langage’, discours. Spéciale Idées. L’Humanité, 15 octobre, p. 8.

movimentação dos sentidos são inerentes às relações entre as FD. Nota-se que as interferências e discrepâncias de uma FD para as outras dotam cada discurso de reflexos de processos anteriores, ao mesmo tempo, definindo-os entre o já-dito e o possível de dizer (imaginável) e mascarando a fonte dos sentidos neles presentes. Pensa-se que um discurso sobre o tempo exponha ainda mais essa tensão intrínseca à constituição e formulação discursiva, pois nele se está simbolizando — e tentando apreender/controlar — uma dimensão que, como visto no capítulo anterior, é naturalmente instável e ponto de incidência de determinações, embora tratada tacitamente no cotidiano, o que sinaliza uma dissimulação e até mesmo apagamento de certas discursividades²⁷ a seu respeito.

Esse novo modo de pensar o funcionamento das representações nos processos discursivos, partindo da abordagem materialista, também é focado em Semântica e Discurso²⁸ (1995a), livro referência da chamada segunda fase da AD. Conforme pode ser entendido a partir desse texto, a representação tem a ver com uma das teses fundamentais do materialismo, qual seja, a de que o conhecimento objetivo do mundo exterior — concreto-real como diz Pêcheux — é independente do sujeito. O iniciador da AD se opõe à concepção idealista de que o subjetivo simula o objetivo; para ele, ocorre que tal representação funciona determinada necessariamente pelos efeitos ideológicos que afetam o sujeito e que, como formula posteriormente, também o constituem. O exame da relação do sujeito com aquilo que o representa conduz a questões de identidade e de eficácia material do imaginário (p. 125). Pensando a proposta do presente trabalho, justifica-se a relevância de uma análise das representações do tempo, pois ao se investigar como este é concebido e tratado discursivamente, acessa-se o próprio processo de identificação dos sujeitos com o mundo exterior através de uma das categorias mais básicas dessa relação.

À propósito das questões identitárias no interior do processo discursivo, Pêcheux esclarece que é a identificação do sujeito com a FD, ao mesmo tempo dominante e constituinte, que funda a unidade (imaginária) do sujeito, apoiando-se no fato de que os elementos do interdiscurso “são re-inscritos no discurso do próprio sujeito” (p. 163). O interdiscurso é tomado como real exterior, mas do mesmo modo, “absorvido” e “esquecido”, sendo apenas simulado no intradiscurso pela forma-sujeito²⁹, o que torna a produção dos sentidos como evidência “parte integrante da interpelação do indivíduo em sujeito” (p. 261). É o sujeito assumindo um dizer como sendo seu, sem perceber que este o precede e já se

²⁷ Compreende-se discursividade tal como Orlandi (2004) maneira como os que elementos históricos se inscrevem no texto que não igual aos de outros apesar de estarem em uma mesma filiação (p. 18).

²⁸ Les vérités de la Palice. Paris, Maspéro, 1975.

²⁹ A forma pela qual o sujeito do discurso se identifica com a formação discursiva que o constitui (p. 163).

encontra prefixado nas intrincadas relações descritas anteriormente. Sabe-se, desse modo, que os traços interdiscursivos apontam para determinados saberes que podem não estar representados explicitamente no discurso do sujeito, mas deles (do discurso e do próprio sujeito) são constitutivos. Pelo que foi até aqui exposto, percebe-se que lançar um olhar sobre um discurso a respeito do tempo a partir da AD é lidar com já-ditos sobre o tempo. No presente caso, restituindo no fio do discurso dos anúncios essa historicidade e as condições de sua reformulação nas respectivas épocas, espera-se compreender a representação e o manejo temporal, com suas prováveis transformações, na publicidade de relógios de pulso.

Ainda sobre o papel das representações em “Semântica e Discurso”, é importante assinalar que, para Pêcheux, é no não-dito das representações que se configura o lugar do sujeito que toma posição em relação a elas, que as aceita, rejeita ou coloca em dúvida, por exemplo. Conforme explica o autor, o sujeito se produz exatamente “nesse ‘não-sujeito’ constituído por um amontoado de representações ‘desprovidas de sentido’, e essa produção é acompanhada precisamente por uma *imposição de sentidos às representações*” (p. 262) [grifo do autor]. Compreende-se que “atribuir” sentido é parte do processo constitutivo do sujeito, não somente em relação ao seu discurso, mas a sua identidade, também ela, portanto, efeito do que diz e não diz.

3.3 *Representação e real*

Em “Discurso: estrutura ou acontecimento” (1990), publicação³⁰ referência da terceira fase da AD, Pêcheux enfatiza sua preocupação com o que acontece no nível intradiscursivo, tratando do real, da língua e da história, e do funcionamento histórico dos enunciados. Do enfoque interdiscursivo, da constituição de sujeito e sentido dado na segunda fase da AD, Pêcheux passa a se deter em questões que circundam o fio do discurso. Para acompanhar as reflexões dessa posição de trabalho, passa-se a pensar representação enquanto formulação, ou seja, o que se materializa na língua a partir das relações discursivas supracitadas, pertencentes a um nível constitutivo no qual o termo representação foi empregado mediante a intervenção do imaginário e do ideológico.

Segundo o autor, a independência do objeto em relação ao discurso produzido dele denota a existência de um “real” que indica ser “pontos de impossível, determinando aquilo que não pode ser ‘assim’” (p. 29). Entende-se que seja exatamente o que sempre escapa ou

³⁰ *Discours: structure ou événement?* Illinois University Press, 1988.

falta de uma representação linguística, marcando a incompletude no sistema. Este “real” não se descobre, mas se “dá de encontro com ele” (p. 29). Percebe-se que se trata de uma noção insuportável para as ciências “régias”, dada a implicação que produz sobre a pretensa univocidade do conhecimento destas.

Ao falar do discurso científico, Pêcheux julga que os processos naturais são instrumentalizados e orientados conforme os efeitos que se quer dirigir a partir deles (p. 30). Como resultado, vê-se uma “multiplicidade das ‘técnicas’ de gestão social dos indivíduos”, com o objetivo de marcar, identificar, classificar, comparar, em suma, ordenar e administrar — jurídica, econômica e politicamente — a maneira como vivem. Entende-se que é por meio desse gerenciamento que o indivíduo fica à mercê das “múltiplas urgências do cotidiano”, menção feita pelo autor que é compreendida aqui como plenamente identificada às características de velocidade e intensidade que estariam permeando as relações sociais na contemporaneidade (p. 32). É por isso que a necessidade de sistematização acompanha o indivíduo em sua vivência e o força a lançar mão de itens portáteis, os quais, nas palavras de Pêcheux

vão da *gestão cotidiana da existência* (por exemplo, em nossa civilização, o porta-notas, as chaves, a agenda, os papéis, etc) até as ‘grandes decisões’ da vida social e afetiva (eu decido fazer isto e não aquilo, de responder a X e não a Y, etc...) passando por todo o contexto sócio-técnico dos ‘aparelhos domésticos’ (isto é, a série dos objetos que adquirimos e que aprendemos a fazer funcionar, que jogamos e perdemos, que quebramos e que substituímos) (PÊCHEUX, 1990, p. 33) [grifo nosso]

Acredita-se poder incluir os relógios entre os itens gestores da vida diária, ainda mais se pensados os modelos de pulso que ocupam um lugar estratégico junto ao corpo de seus portadores, fornecendo uma quantificação temporal bem ao alcance dos olhos através de um movimento braquial e, com essa informação, o conhecimento de se estar sincronizado ou não com o ritmo esperado (determinado) de suas atividades diárias. É a aparência lógica fornecida por aparelhos como esse que constitui, para Pêcheux, um “espaço de necessidade equívoca” (p. 33), caracterizado pela necessidade de estabilização e as tentativas ilusórias de promovê-la. Servindo como alertas permanentes de responsabilidades e compromissos individuais e sociais, esses objetos representam empiricamente as convenções sociotécnicas feitas a respeito do tempo, e que são tão caras ao sujeito pragmático. Na presente pesquisa, interessa a representação discursiva desse “conhecimento” vista na publicidade de relógios de pulso, em que se supõe envolvida a gestão da existência e também da identidade dos sujeitos, conforme o modo particular com que o tempo é referido e relacionado à divulgação do produto.

Para Pêcheux há essa “necessidade universal de um mundo semanticamente normal’, isto é, normatizado” (p. 34). Percebe-se isso especialmente no caso do tempo enquanto categoria pela qual se coordenam atividades e relações humanas, com significações estabelecidas e difundidas socialmente. É relevante observar que a partir de uma normatização e suas reproduções, são sancionados como evidentes certos sentidos sobre o tempo. Essa prescrição parece contribuir para a inscrição do sujeito em uma ordem temporal determinada e vigente historicamente, ditando relações dele com seu próprio corpo e sua realidade próxima³¹. Esta discussão avaliza as contribuições teóricas do capítulo inicial que apontavam o tempo como sendo instituído, e cuja construção, no sujeito, dá-se pelo imaginário, o que o relaciona às “coisas-a-saber”³².

Pêcheux ressalva que as “coisas-a-saber” devem ser sempre tomadas em redes de memória dando lugar a filiações identificadoras. Admitindo-se que a publicidade faz referência ao discurso-outro “próprio ao linguajeiro discursivo”, o outro que está “nas sociedades e na história”, ela pode ser tomada como espaço em que há “ligação, identificação ou transferência, isto é, existência de uma relação, abrindo a possibilidade de interpretar” (p. 55). E essa ligação, além de permitir que filiações históricas se organizem em memórias, possibilita que também haja organização das relações sociais em redes de significantes. Isto leva a apreciar a ideia de que a relação do sujeito com o tempo está material e historicamente ligada a modificações na linguagem, sendo de interesse da pesquisa explorar a representação dessas discursividades pela publicidade.

3.4 Representação e memória

Assim como pontuado rapidamente no capítulo anterior, a memória trabalhada no âmbito da AD não é a mesma que se ocupa o saber cognitivo. Os processos sobre os quais se detém a memória discursiva competem à relação entre o social, à história e à linguagem. Courtine (2006), considerando a linguagem a modalidade de existência histórica essencial da

³¹ Talvez por isso Pêcheux sinalize no referido texto, a vontade de estabelecer uma aproximação teórico-metodológica com a linguagem ordinária, na perspectiva antipositivista que entende poder ser extraída da obra de Wittgenstein, assumindo com isso uma posição de trabalho com o cotidiano, da linguagem com a experiência, que empreenda “maneiras de trabalhar sobre as materialidades discursivas, implicadas em rituais ideológicos, nos discursos filosóficos, em enunciados políticos, nas formas culturais e estéticas, através de suas relações com o cotidiano, com o ordinário do sentido” (PÊCHEUX, 1990, p. 49).

³² Segundo formula Pêcheux, as “coisas-a-saber” são conhecimentos que devem ser geridos e transmitidos socialmente, que podem se referir à “descrições de situações, de sintomas e de atos (a efetuar ou evitar) associados às ameaças multiformes de um real do qual ‘ninguém pode ignorar a lei’”. Ainda segundo o autor elas representam tudo o que arrisca faltar à felicidade e à sobrevivência do sujeito pragmático (PÊCHEUX, 1990, p. 34-35).

memória se pergunta como esta determina a ordem do enunciável (p. 10). Pelos objetivos deste estudo cabe um acréscimo: do enunciável *sobre o tempo*.

Segundo Orlandi (2012) a memória compõe o processo de constituição do discurso e corresponde ao domínio do saber, dos dizeres anteriores e imagináveis sobre os quais se assenta e se sustenta cada formulação (p. 39). A existência de uma memória sócio-histórica assegura que os discursos se constituam em sua materialidade, mas se trata de um processo que deixa marcas, traços na linguagem que interferem na produção dos efeitos de sentido. Isso leva a apreciar novamente o que Courtine (2009) afirma sobre as FD, que para ele correspondem à materialização dos elementos da memória discursiva, sobredeterminada historicamente. Em geral, cada FD opera³³ de modo a “suscitar a lembrança de seus próprios elementos”, a organizar sua repetição, mas também, eventualmente, a provocar seu apagamento, esquecimento ou mesmo sua denegação (p. 110). Como no capítulo anterior comentou-se da tensão inerente às relações entre FDs e neste destacou-se que uma pode servir de matéria-prima representacional para outra, percebe-se que esses movimentos interdiscursivos, que estão regendo as possibilidades dos dizeres serem de um jeito e não de outro, não dependem exclusivamente dessa FD. Por isso, pensa-se que para poder falar, por exemplo, em uma temporalidade própria de uma FD, deve-se considerar que ela é regulada em referência aos saberes desta FD, mas também aos de outras, que poderiam ter lhe servido de origem, ou ser de natureza complementar e até mesmo antagônica.

A propósito da relação entre memória e tempo, é importante destacar que Courtine enxerga este como uma espécie de categoria qualificadora daquela. Segundo o autor, no nível constitutivo um enunciado existe no *tempo longo* de uma memória, pois envolve a retomada do que é falado antes, em outro lugar, em outro tempo histórico — se assim pode ser referido —, independentemente, que constrói e programa o discurso. Já no nível de sua formulação, o enunciado é tomado no *tempo curto* da atualidade, da realização efetiva circunstanciada, do acontecimento discursivo. O autor explica que ao enunciar o sujeito atualiza a memória constitutiva, operando uma reorganização na perspectiva temporal da chamada “formulação-origem” que retorna em outra “conjuntura discursiva” (p. 106). Portanto, ao serem deslocados os elementos dessa memória, também há deslocamento no/do tempo deles. Isso parece contribuir para compreender porque a historicidade, consagrada ao dizer no tempo longo, é muitas vezes encoberta ou dissimulada quando sobrevêm as conveniências do tempo curto.

³³ Trata-se de um conjunto de operações que Courtine designa por “domínio de memória”.

Embora se reconheça que esse seja um processo cuja discussão excede os limites em que a presente pesquisa se circunscreve, não se pode deixar de notar a importância adquirida pela dimensão temporal na forma como o interdiscurso acaba recoberto pelo intradiscurso, mantendo o passado constitutivo sob um presente atualizado. Isso não significa que haja transformação do sentido, pois como referido a respeito das operações próprias às FDs, os discursos podem ser reformulados e ainda assim repetir sentidos, mesmo sendo inéditos. Mas alerta a prática analítica para os efeitos desse deslocamento na representação de um discurso que tem como um de seus referentes o próprio tempo.

3.5 Representação e subjetividade

Na AD, como diz Orlandi (2003), não é vigente a ideia de sujeito psicológico, coincidente consigo mesmo, logo a dificuldade de se trabalhar com uma noção de subjetividade. O sujeito é discursivo, visto na relação estabelecida entre a posição que ocupa “para ser sujeito do que diz” e outras possíveis (p.49). A impossibilidade deste acessar ao modo pelo qual se constitui enquanto posição é que desautoriza pensar subjetividade do modo “convencional”. O que deve ser entendido é que, sendo uma posição, o sujeito “se produz entre diferentes discursos, numa relação regrada com a memória do dizer (o interdiscurso), definindo-se em função de uma formação discursiva na relação com as demais” (p. 49). A subjetividade estaria, portanto, onde o sujeito se filia para dizer e onde também não se filia, mas nunca nele mesmo. Isso se assenta no que mais acima foi retratado do processo discursivo, pelo viés das representações de ordem imaginária e ideológica. Contudo, deve-se atentar para o fato de que o processo de identificação/interpelação, que requereu de Pêcheux a adoção de uma postura não-subjetivista da subjetividade, sofreu uma reconsideração do próprio autor. O texto “Só há causa daquilo que falha ou o inverno político francês: início de uma retificação” apresenta uma autocrítica feita por Pêcheux sobre as teses defendidas no texto de “Semântica e Discurso”, que atinge a relação até então estabelecida para o par ideologia e inconsciente. Trata-se de uma correção que essencialmente afirma que não se pode considerar o sujeito como totalmente assujeitado pela ideologia, pois há questões de natureza psicanalítica responsáveis por “falhas” no processo de interpelação. O inconsciente é a causa nomeada no título do texto que segundo Pêcheux pode ser vista sob diversas e incessantes manifestações no sujeito como da ocorrência de lapsos e atos falhos, exemplos que demonstram que “os traços inconscientes do significante não são jamais ‘apagados’ ou ‘esquecidos’, mas trabalham, sem se deslocar, na pulsação sentido/*non sens* do sujeito

dividido” (PÊCHEUX, 1995b, p. 300). A noção de “eu” imaginário, trazida de Lacan como indicador da dissimulação do assujeitamento, passa a dividir espaço com a noção de sujeito cindido, contatado apenas em suas irrupções.

Na revisão de literatura inicial desta pesquisa foi citado que psicanaliticamente o inconsciente não se vincula a processos temporais do modo como estes interessam ao presente estudo. Uma possível abordagem que contemple as determinações na representação temporal e as condições “subjetivas” pode começar por se apreciar as palavras de Leandro Ferreira (2001), para quem o sujeito “estabelece uma relação ativa no interior de uma dada FD; assim como é determinado ele também a afeta e determina em sua prática discursiva” (p. 23). Nota-se que a autora destaca que a partir do gesto de filiação o sujeito não está apenas aderindo a um dizer, mas também age sobre essa ordem, a partir do modo como possa através dela significar em uma situação discursiva dada. O discurso então é ao mesmo tempo um efeito dessas filiações e do trabalho “mais ou menos consciente, deliberado, construído ou não, mas de todo modo atravessado pelas determinações inconscientes”, como diz Pêcheux (1990, p. 56). Considera-se que, além das manifestações do inconsciente, o trabalho de prática discursiva, e a “perturbação” na ordem do dizível, contemporaneamente, intensifica-se, volatiliza-se, com os sentidos sendo mobilizados em múltiplas e momentâneas expressões identitárias, tornando mais “evidente” a independência subjetiva, apesar dos vínculos históricos. É o que no capítulo anterior tratou-se por contingência nas filiações.

Pode-se articular neste momento a reflexão de Melman (2008), que defende a vigência na contemporaneidade de uma “nova economia psíquica”, caracterizada em suma pela dificuldade do sujeito encontrar seu lugar de sujeito, de definir sua posição na ordem do enunciável (p. 60). Nesse entender, pode-se supor que, se não escapa ao domínio das filiações, o sujeito é livre para gravitar em torno de quantas forem necessárias para significar seu dizer, fenômeno também descrito no trabalho de Vargas (2008), recuperado anteriormente, e que parece ser a forma característica da subjetividade se dar a conhecer nos dias de hoje. Acredita-se que as representações do tempo na publicidade não são indiferentes a esse aspecto provisório, pelo contrário, até colaboram para discernir seus efeitos.

Para o filósofo Dany-Robert Dufour (2005) está ocorrendo “a transição para uma outra forma sujeito” (2005, p. 11). Ainda segundo o autor, a transformação da condição subjetiva está submetida à historicidade e se relaciona a aspectos como

o desenvolvimento do individualismo, a diminuição do papel do Estado, a supremacia progressiva da mercadoria em relação a qualquer outra consideração, o reinado do dinheiro, a sucessiva transformação da cultura, a

massificação dos modos de vida combinando com a individualização e a exibição das aparências, o achatamento da história na imediatez dos acontecimentos e na instantaneidade informacional, o importante lugar ocupado pelas tecnologias muito poderosas e com frequência incontroladas (DUFOUR, 2005, p. 25).

Para Dufour essas mudanças inevitavelmente repercutem na linguagem e por isso, como visto, podem incluir representações sobre a temporalidade. Talvez não por acaso este autor chega a afirmar que o sujeito de hoje está “em todos os tempos ao mesmo tempo” (p. 50). Paralelamente, Gondar (2006), pelo viés psicanalítico, percebe a existência em um mesmo sujeito, de diferentes regimes temporais, que se sobrepõem mutuamente. Isso pode ser apreciado de uma perspectiva discursiva como expresso por Orlandi (1988), quando esta autora diz que o sujeito é múltiplo, pois “atravessa e é atravessado por vários discursos, porque não se relaciona mecanicamente com a ordem social da qual faz parte, porque representa vários papéis” (p. 11).

Por concordar com Mazière (2007), para quem o sujeito não pode ser apreendido “a não ser no interior de cada uma das buscas do analista, em função de seu desígnio interpretativo e de sua posição quanto à língua” (p. 22), percebe-se que o procedimento analítico deverá estar atento não apenas aos indícios sobre o tempo, mas a como esses indícios se articulam ao sujeito que, designado em uma posição e um gesto interpretativo, carrega em seu discurso, segundo Orlandi, “a marca da ‘subjetivação’, o traço da relação da língua com a exterioridade” (p. 46).

3.6 *O tempo no discurso*

A temporalidade, segundo Orlandi (2004), não é exterior ao discurso. Nele tampouco é mero reflexo de expressões cronológicas. Para compreendê-la discursivamente é preciso mobilizar a noção de historicidade. Na AD a relação entre história e língua é tida como constitutiva, sendo a historicidade o modo como a primeira se inscreve na segunda. O texto³⁴ enquanto materialidade histórica possui uma temporalidade que se relaciona à exterioridade inscrita nele. Essa exterioridade, como já referido anteriormente, diz respeito menos a realidade empírica evocada pelo termo e mais à produção dessa realidade no discurso. Conforme sintetiza a autora

³⁴ Um texto segundo Orlandi (2004) é um “exemplar de discurso”, multidimensional, isto é, espaço simbólico que comporta uma série de dimensões significativas com diferentes direções de leitura.

a temporalidade (na relação sujeito/sentido) é a temporalidade do texto. Não se trata, assim, de trabalhar a historicidade (refletida) no texto, mas a historicidade do texto, isto é, trata-se de compreender como a matéria textual produz sentidos (ORLANDI, 2012, p. 55).

Entende-se que nesta perspectiva a importância esteja não tanto nas referências que uma representação discursiva do tempo faça a outros discursos, mas sim no que esses outros referenciam para os sentidos do texto. A própria autora reitera que, apesar de o aspecto principal seja o da ligação da materialidade do texto e sua exterioridade (memória), este não nega nem contrapõe a ligação que há entre a história “lá fora” e a historicidade do texto, desde que se tenha claro que esse vínculo não se dá de forma direta, literal. O percurso teórico feito até aqui mostra que, no caso do tempo, esse “lá fora” já está preenchido por mediações que o instituem, constroem, padronizam, enfim, determinações que inevitavelmente atravessam os discursos sobre esse tema.

Tratando-se da representação temporal, a compreensão de Nunes (2005) diz que

um discurso remete a outros discursos dispersos no tempo, podendo ele simular um passado, reinterpretá-lo, projetá-lo para um futuro, e com isso faz aparecer os efeitos temporais em diversos aspectos. Portanto, compreender a temporalidade significa que é necessário observar as diferentes temporalidades inscritas no discurso, apontando as relações entre elas e os efeitos de sentidos que são produzidos (NUNES, 2005, p.4).

Sendo de interesse da AD a temporalidade dos processos discursivos, justifica-se a relevância de perpassar noções da constituição temporal no discurso, para poder pensar de forma abrangente essa exterioridade que lhe é intrínseca. Entendendo-se como a(s) temporalidade(s) se inscreve(m) no discurso se pode atingir essa exterioridade e o modo como se relaciona à situação, ao “lá fora” do discurso. Novamente em Orlandi (2012) se busca validar esse entender, pois “se a situação é constitutiva, ela está atestada no *próprio* texto, em sua materialidade (que é de natureza histórico-social)” (p. 12-13) [grifo da autora].

Enquanto referente, sabe-se que o tempo está para o discurso como qualquer outro objeto pode estar: de um lado fixado à sistematicidade da língua, de outro atrelado à história, com sua exterioridade não sendo simplesmente “acolhida” ao processo discursivo, mas constitutiva deste. A AD não vê correlação do social com o discurso, vê constituição, uma “construção conjunta do social e do linguístico” (p. 27).

Por isso a concretude do tempo não está em sua instrumentalização e figurativização em sequências numéricas, mas acumulada e retrabalhada ao longo do seu percurso como

dizível, e como já antecipado na revisão de literatura, na sua relativização em função dos usos sociais, pois a partir dele há tanto documentação e coordenação quanto organização e legitimação, seja de práticas sócio-históricas, de modelos econômicos, de condutas e comportamentos coletivos que acabam cristalizados em um imaginário necessário a manutenção desses sentidos. Logo não se pode ignorar o papel material que adquire a representação do tempo, sob risco de redução idealista que se mostra incompatível com o espectro de significados que pululam no meio social. Uma relação que não é direta, mas como explica Orlandi funciona como se fosse, e o motivo é o imaginário (p. 32). Pensa-se que é ao nível das ideologias práticas, isto é, do cotidiano que são desencadeados sentidos sobre o tempo, representados na relação imaginária dos indivíduos com o que condiciona sua existência, relação essa “capaz de determinar transformações nas relações sociais e de constituir práticas” (p. 32). Instaurando significações sobre o tempo, designando valores e impressões “subjetivas” como sendo percepções sensoriais a respeito de ritmos e durações. Essa relação, como já apontado anteriormente, é reflexo das exigências cotidianas, que podem ser absorvidas pela publicidade na construção de seu discurso.

Por isso, pode-se dizer que o tempo no discurso é um engajamento histórico, que convive elementarmente com representações que falam ao(do) imaginário e ao(do) ideológico, e que é concebível na “situação — sociologicamente descritível — e a posição dos sujeitos, discursivamente significativa” (ORLANDI, 2004). Acredita-se que, recuperando-se esse trabalho com os sentidos, pode-se recuperar também seus fatores condicionantes e as formas que a experiência humana com o tempo assume no discurso.

Realizada a abordagem temporal-discursiva, o capítulo seguinte é dedicado à publicidade.

4. PUBLICIDADE

4.1 *Comunicação e discurso*

No capítulo anterior foram trabalhadas noções basilares da Análise do Discurso. Agora, ao adentrar o campo da comunicação, convém situar aspectos teóricos entre as áreas.

Mazière (2007) diz que a comunicação é uma das disciplinas que mais frequentam o território da AD, invocando e interrogando seus postulados “de modo quase oblíquo, mas construtivo” (p. 8). No entanto, como a própria autora alerta, há o perigo de se vincular a AD como simples instrumental linguístico para complementar análises que não desafiam os sentidos, como é da essência das reflexões de vertente pecheuxtiana. Pode-se localizar esse risco levantado pela autora, por exemplo, a partir de reflexões³⁵ em que a língua é tomada como um instrumento que se encontra a serviço da comunicação.

Por serem visões que sistematizam a compreensão da comunicação, decompondo elementos constituintes como emissor, mensagem e receptor, sugerem uma sequencialidade no fluxo de informações entre os participantes além de uma estabilidade quanto a identidade desses indivíduos. A língua é vista como um código que, uma vez compartilhado entre os interlocutores, possibilita que o sentido seja de comum entendimento. Tal linearidade pode ser questionada ao se considerar as premissas da AD vistas anteriormente, primeiro porque as posições dos sujeitos enunciativos não se estabelecem por meio da mensagem, mas conforme os lugares que ocupam na formação social. Além disso, para a AD as palavras não têm um sentido nelas mesmas, devendo ser referenciadas à luz da exterioridade de cada discurso, daí a compreensão de que nem o sentido nem o sujeito são individuais, mas histórico-ideológicos. Pêcheux (1995a) explicita essa tensão teórica localizada entre as áreas ao dizer que a língua como instrumento admite a possibilidade de comunicação e também de não-comunicação, sendo esta uma “divisão sob a aparência da unidade (...)” (PÊCHEUX, 1995a, p. 24-25). Para o autor o não comunicar se refere à imposição na linguagem de barreiras de classe.

Ao propor uma análise da representação do tempo em dois anúncios publicitários, o presente trabalho considera-os em sua dimensão comunicacional, mas procura realizar uma leitura a partir de uma perspectiva discursiva. O foco está na investigação dos processos de produção desses discursos, atentando para a constituição e para a especificidade das relações

³⁵ Abordagens como as de Lasswell (1948), Shannon e Weaver (1949), Schramm (1954) (apud GOMES, 1997) além de Jakobson (1963), retomada pelo próprio Pêcheux como visto no capítulo anterior, que assumem a comunicação como processo e, na tentativa de descrevê-lo e explicá-lo, resultam em modelos esquemáticos.

dos sentidos, considerando a não evidência destes e o papel do inconsciente e da ideologia. Essa tomada de posição começa por reconhecer que a publicidade extrapola as fronteiras da comunicação mercadológica para atingir outros níveis de participação na dinâmica das relações em sociedade, produzindo efeitos de sentidos que necessitam ser compreendidos.

4.1 *Do fazer publicitário*

A publicidade³⁶ é uma forma de comunicação que colabora para a divulgação de marcas, produtos e serviços, orientada por objetivos mercadológicos. Conforme explica Gomes (2008) as formas de comunicação persuasivas acompanharam a evolução das sociedades, tendo a publicidade ganhado maior evidência a partir das transformações do comércio, da urbanização e das conquistas tecnológicas. Sua relevância no contexto econômico é impulsionada com o surgimento e consolidação das economias industriais.

Frutos da revolução industrial, a Publicidade e o Marketing desenvolveram-se durante a última metade do século XIX e primeiras décadas do XX, quando passaram a ser usados em função da necessidade de abrir mercados para os produtos que até então, nunca tinham suas demandas superadas pela produção, porque eram fabricados artesanalmente (GOMES, 2008, p. 49).

Consolidando-se entre as ferramentas que compõem as ações de marketing, a publicidade assume um papel de instrumento operacional e estratégico, podendo ser vista funcionando na forma de um sistema, isto é, de uma rede organizada de elementos, sendo estes “participantes do entorno geral da comunicação de massas, programados segundo um determinado plano para atingir um objetivo cujo marco referencial é o universo econômico da empresa capitalista” (GOMES, 2008, p. 11). Percebendo-a, portanto, como uma comunicação focada no mercado, pode-se acompanhar a definição dada pela mesma autora para quem a publicidade consiste na “atividade mediante a qual bens de consumo e serviços que estão à venda se dão a conhecer, tentando convencer o público da vantagem de adquiri-los” (p. 11).

³⁶ Publicidade e propaganda são termos muitas vezes tratados como sinônimos, embora possuam origens que particularizam seus significados. Enquanto que “publicidade” somente adquiriu o sentido comercial em que é empregado hoje após a industrialização, pois conforme Gomes (2008) assinala “o vocábulo já existia no século XVII (...) designando indistintamente, a qualidade daquilo que havia adquirido notoriedade pública ou alguma coisa que fosse de propriedade pública” (p. 233), “propaganda” advém do nome dado ao organismo instituído para propagação da fé católica “em épocas onde o predomínio político e ideológico do catolicismo se sente ameaçado pelo nascimento e a rápida difusão das idéias luteranas” (p. 240). Alerta-se que, mesmo sendo dada preferência ao emprego do termo “publicidade” ao longo do texto, em alguns momentos é encontrado em uso o termo “propaganda”, por conta dos autores recobrados que em suas contribuições ignoram diferenciação entre os dois vocábulos ou o vinculam a um outro campo como o político. Convém admitir que, neste trabalho, interessa o “encontro de técnicas comuns a ambos” isto é, a combinação de “capacidade informativa e força persuasiva” vista em suas manifestações (GOMES, 2008, p. 42).

É buscando cumprir com tal atribuição que a publicidade se materializa sob a forma de mensagens midiáticas, pagas pelos anunciantes, e que podem ser veiculadas em suportes impressos, eletrônicos, digitais ou alternativos. Em geral, o desenvolvimento desses materiais cabe a empresas especializadas, as agências de publicidade³⁷. Nelas os publicitários estão organizados de modo a cumprir um processo que, de modo elementar, passa por: a) identificar o produto/serviço a ser oferecido ao mercado através de meios massivos; b) planejar, criar e produzir anúncios/campanha; c) veicular o anúncio/campanha num espaço comercial dos meios de comunicação, identificando o patrocinador/anunciante (GOMES, 2008, p.171-172).

A agência presta serviços a fim de solucionar problemas de comunicação do cliente, isto é, resolver necessidades mercadológicas específicas da empresa contratante em relação à marca ou ao bem que comercializa, tais como: dar visibilidade a produtos/serviços; construir conhecimento de marca, consolidá-la ou reverter pontos de vista negativos a seu respeito; demonstrar ou reforçar percepções de qualidade; entre outros. Em tais empreendimentos, os profissionais se valem de informações sobre o que divulgam, convertendo atributos e benefícios em argumentos de persuasão racionais e/ou emocionais (tangíveis e intangíveis), buscando despertar no destinatário uma atitude favorável, seja quanto à preferência na aquisição de um produto/serviço ou na adesão a uma ideia.

Trata-se de um processo complexo que exige dos profissionais envolvidos um vasto domínio de conhecimentos, que na maior parte das vezes excede o âmbito da competência técnica. É por isso que, pelas soluções que propõe, a publicidade deixa perceber o modo como convive com o relativismo do contexto sócio-histórico que circunscreve suas manifestações. É sobre tal ponto que reside a atenção dada neste estudo ao se creditar às peças publicitárias um papel diferenciado, que discursivamente não responde apenas ao mercado, mas ao panorama social em que são produzidas.

4.2 *Do dizer publicitário*

Sabe-se que, tendo como foco os objetivos mercadológicos, a publicidade cumpre com funções utilitárias centradas na combinação de técnicas que visam a informar (divulgar) e persuadir. Esta finalidade, aliás, distingue-a de outras formas de comunicação como o

³⁷ Segundo Sant'Anna (1998) se trata de “uma empresa independente sem filiação legal ou econômica com o anunciante, que se dedica ao planejamento, execução e distribuição da publicidade de qualquer firma que precise de tais serviços” (p. 241).

jornalismo e é o que, segundo Gonçalves (2006) permite estudá-la como “uma forma peculiar de ler e de reproduzir a realidade social” (p. 15).

Ao ressaltar essa especificidade³⁸, a autora, que trabalha de uma perspectiva de estudos comunicacionais, lembra que a publicidade procura representar o universo em torno do que divulga sob determinada ótica, de modo que

caracterizada por participar do contexto social, apropria-se de elementos culturais e traduz a realidade conforme esses padrões, por isso, em épocas, sociedade e até em grupos diferentes da mesma sociedade, a publicidade é elaborada com uma relação específica entre os signos que a compõem (...). Dessa maneira, por estar tão vinculada à história social, é que a publicidade apresenta-se tão atrativa e torna-se, de certa forma, tão íntima do seu público-alvo (GONÇALVES, 2006, p. 27).

Pela perspectiva da autora, percebe-se que, mesmo orientada por objetivos mercadológicos, a publicidade busca o respaldo necessário para uma aproximação efetiva com o público a que visa por meio de uma imersão no contexto sociocultural deste, compartilhando elementos que, uma vez incorporados na construção da mensagem, servem de referência para um maior interesse e identificação com o que é proposto. Ainda que haja o trabalho do fazer persuasivo do profissional, essa característica faz supor que publicidade é capaz de expor as relações sociais existentes.

Torna-se importante, neste momento, concordar com Zozzoli (2007), cujas reflexões demonstram que não cabe à publicidade ser um espelho realista verídico e pouco complacente da realidade da sociedade (p. 38). Porém, entende-se que ela não deixa de ser sensível às características contextuais, pois lhe são condicionantes. Conforme³⁹ Piedras (2005; 2007) as peças publicitárias compartilham de valores e ideologias presentes nos contextos culturais em que são veiculadas. Ainda segundo a autora isso faz com que seja possível atribuir à publicidade a força de testemunha histórica e de reconstrutora cultural. Porém, ressalta, que as iniciativas acadêmicas interessadas em entender a comunicação persuasiva geralmente a abordaram não como um encaixe, que se acomoda ao social, mas como instrumento que se impõe (2007, p. 83). Acredita-se que exatamente pelas conexões que estabelece com mundo

³⁸ Pode-se apreciar esse objetivo como uma característica do dizer publicitário, tomando-se por base uma lógica retórica, como observado por Carrascoza (2004). O autor emprega a classificação feita por Aristóteles, no livro *Arte Retórica*, na qual o filósofo grego distingue três gêneros retóricos: o judiciário, o demonstrativo e o deliberativo. Enquanto o primeiro se refere ao passado, comportando acusação ou defesa sobre um fato, e o segundo abrange o elogio ou a censura às coisas em seu estado atual, o gênero deliberativo se caracteriza por aconselhar ou desaconselhar para uma ação futura. Este seria para Carrascoza o gênero dominante na composição do texto publicitário.

³⁹ A autora faz sua abordagem vinculada aos estudos culturais, mas a afinidade com a perspectiva adotada aqui sobre a produtividade analítica dos materiais publicitários recomenda compartilhar suas conclusões.

social seja possível observar e discutir questões ligadas ao sujeito e à história, como a tratada aqui a respeito da representação do tempo e dos modos de significá-lo em dado anúncio.

Ao estudá-la por um viés discursivo, entende-se essa propriedade vinculada à memória, sendo, portanto, relevante a contribuição sobre os modos de pensar da sociedade, como percebido por Fonseca-Silva (2007). Segundo a autora, o que os anúncios mostram resultam de imagens sociais, ou seja, é possível estabelecer “ligação entre as representações visuais e as construções sociais” (p. 25). Além disso, eles são capazes de sedimentar e legitimar práticas sociais concretas, pois dão a ver um mundo social do qual elas próprias emergem. A autora esclarece, de forma pertinente, que

Os anúncios publicitários, como lugares de memória discursiva, funcionam também como lugar/espço de interpretação. E no gesto de interpretação e, portanto, de construção/re-construção de memória discursiva, ocorre estabilização/desestabilização de sentido(s) e sedimentação de valores da sociedade na qual operam (FONSECA-SILVA, 2007, p. 25).

Concorda-se com as colocações da autora, mas é importante ter atenção a certos investimentos teóricos e posicionamentos analíticos diante⁴⁰ de objetos publicitários. As investigações que ocorrem a partir desses substratos devem ser repensadas a fim de que não sejam concedidas interpretações deterministas à publicidade, que em geral a tomam como mero instrumento de alienação ideológica, e se abstêm, convenientemente, de aprofundar questões relativas à compatibilidade com aspectos da existência concreta do sujeito.

É o que Conceição (2006), ao estudar processos de identificação e alteridade na publicidade brasileira com base na AD, organiza sob a forma do seguinte questionamento: “O que há além da suposição de interesses econômicos locais e globais nas propagandas eleitas para tentar disciplinar ‘nosso olhar’ (pensar, falar, viver), no jogo imaginário de identidade e simbólico de construções sociais?” (p. 76). Para a autora, não é o caso de ser ocultada do público uma verdade encoberta pela ideologia do publicitário, mas sim de haver, como em muitos outros tipos de discurso, a perpetuação de certas naturalizações de alguns sentidos (p. 83). Pensa-se poder acrescentar também a possibilidade de acompanhar deslocamentos e transformações, dada a capacidade de adaptação do discurso publicitário ao ambiente em que está inserido, que, como visto, não está tão à parte da sua função persuasiva.

⁴⁰ Entende-se ser este um ponto capaz de suscitar muitas polêmicas, pois há também que se considerar a postura do pesquisador pelos seus objetivos quanto ao substrato que observa. Não se deseja fomentar maiores discussões, apenas reafirmar a posição de trabalho do presente estudo, mais reflexiva em relação às representações identificadas em materiais publicitários.

Contudo, admite-se que, assim como não se toma o processo discursivo como meras trocas informativas entre emissor e receptor, mas como efeitos de sentidos, não se deve conceber os recortes que a publicidade faz do social senão como efeitos de realidade, como nas palavras de Orlandi (2004) “trata-se então do mundo *para* (e não do mundo em si)” (p. 28). Compreende-se que, discursivamente, o que se observa do dizer publicitário são formas históricas investidas ideológica e imaginariamente, trabalhadas conforme o gesto de leitura do publicitário para com o mundo. Porém, pode-se apreciar como estão envolvidas significações — a respeito do tempo, por exemplo — que, embora reconfiguradas pelo fazer persuasivo, demonstram correspondência no âmbito social.

4.3 *Do discurso publicitário*

Conforme explica Orlandi (2004), a relação entre estrutura e acontecimento coloca a interpretação como parte irrecusável da relação do homem com a língua e com a história, mas nem por isso a inscreve “no campo da manipulação, da intenção, da mera vontade”, pois “algo que está aquém e além do homem, essa relação não se dá no âmbito de seu controle. Essa é uma relação que o constitui enquanto tal” (p. 47). Pensa-se bem explicado também pela autora que o discurso publicitário não pode ser descrito como construção que visa manipular, pois a questão se mostra bem mais complexa.

Ainda segundo Orlandi (2004), um texto pode tomar diferentes direções significativas, mas há sempre um regime de necessidade que ele obedece, a partir da relação com a exterioridade (p.15). Em AD, vê-se a exterioridade regendo os argumentos, em um processo histórico em que as posições dos sujeitos são constituídas. Desse modo, “a instância da formulação — em que entram as intenções — já está determinada pelo jogo das diferentes posições do sujeito em relação às formações discursivas” (p. 50). A autora explica que estando as filiações ideológicas já definidas, a argumentação não afeta as posições do sujeito. Nota-se assim que a produção de argumentos se dá a partir de discursos vigentes, historicamente determinados, ou seja, “os argumentos derivam das relações de discursos”. Isso leva ao entendimento que a intenção só será determinante ao nível da formulação, funcionando pelas projeções imaginárias. É como se compreende a argumentação publicitária neste trabalho.

Paralelamente, prefere-se falar em manejo, em sua acepção administrativa, como uma intervenção do sujeito publicitário que em sua prática discursiva oferece representações idealizadas, atravessadas por formações imaginárias, mas historicamente já constituídas e

sancionadas em concepções, em modelos de pensamento que vigoram e circulam diariamente no mundo social. O uso do termo propicia por um lado reconhecer que a publicidade opera sobre a conexão que estabelece com os sujeitos e com o social, sem que sejam desfeitas as ligações históricas que constituem o discurso. Por outro, distancia-se do teor pejorativo adquirido pelo termo “manipular”, que não cabe a um discurso de natureza deliberativa que assume e enfatiza a própria parcialidade.

Encontra-se também na produção teórica de Pêcheux demonstrações de atenção aos modos de pensar a comunicação persuasiva. O autor admite que, a respeito dos discursos publicitários, a “prática da ‘leitura literal’ se mostra perfeitamente insuficiente” (2004, p. 59-61), exigindo, portanto, gestos de leitura condizentes com a opacidade presente nesta materialidade discursiva. Quanto à propaganda política Pêcheux a distingue como um elemento da luta de classes⁴¹ e no texto “Foi propaganda mesmo que você disse?” de 1979 (2011c), o precursor da AD propõe refletir sobre ela a partir do que considera serem novos modos de gestão de corpos e práticas, quais sejam, as formas históricas do assujeitamento do indivíduo que se desenvolveram com o capitalismo. Pêcheux considera que a propaganda política é “um negócio estratégico” e a vê como um dispositivo essencial do Estado capitalista autoritário moderno, manifestando-se por meio de imagens, palavras, sentimentos, ideias e gestos, estando bem adaptada às novas condições da luta social. É interessante destacar que o filósofo propõe que se compreenda a atuação da propaganda não por um viés psicológico, em que se acredita estarem apoiadas as visões deterministas mencionadas anteriormente, mas sim a partir de uma perspectiva histórica. Ele defende que sejam interrogadas as práticas contraditórias que “se instituíram no coração do desenvolvimento capitalista” (p. 80). Pêcheux indica ser o próprio modo de produção capitalista que “engendra as formas de assujeitamento que lhe são necessárias ao mesmo tempo em que se engendra a si mesmo” (p. 81). Como já exposto, em especial na reflexão de Castoriadis sobre a instituição do tempo, trata-se de uma interconstituição, em que um elemento estabelecido passa a ser usado para organizar e ser mantenedor das mesmas forças que o promovem. Logo, não atentar de forma abrangente para a constituição sócio-histórica é assumir o risco de conclusões precipitadas sobre as construções persuasivas.

Apesar de essas reflexões tratarem mais propriamente da propaganda política, correlaciona-se a sensata compreensão de Pêcheux como um indicativo de que os sentidos que perpassam as formas de comunicação persuasivas devem ser pensados em uma perspectiva

⁴¹ Principalmente no anexo da edição de “Las verites de La Palice”, traduzido por “Uma teoria científica da propaganda” (PÊCHEUX, 1995c).

que contemple os modos de produção histórica das discursividades em certa formação social, no caso da publicidade, uma formação social capitalista e de mercado. Com o respaldo das considerações pecheuxtianas, espera-se ter avançado no percurso rumo às análises. Antes, porém, serão esclarecidos pontos que compõem o dispositivo analítico.

5 DISPOSITIVO ANALÍTICO

5.1 Posicionamentos metodológicos para as análises

Pensa-se que um procedimento de análise adequado aos objetivos desta pesquisa deve satisfazer uma leitura da representação do tempo em anúncios publicitários pela compreensão de seu funcionamento nos níveis intra e interdiscursivo das sequências de referência. No primeiro movimento para a construção desse dispositivo, retoma-se de Pêcheux e León (2011d) três condições teórico-metodológicas apontadas como cruciais para proceder em Análise de Discurso.

A primeira diz respeito exatamente à noção de leitura. Ler não resulta em mera transmissão de informação seja a partir de enunciados verbais ou não-verbais. Textos, frases, palavras, imagens devem ser referenciados a outros discursos, de modo a se aproximar da produção de sentido das sequências analisadas “por meio de suas possibilidades de substituição, comutação e paráfrase” (p. 165). Desse modo, nas análises, procura-se fazer remissão a possíveis discursos correlatos e subjacentes⁴², que além de contribuir para contextualizar sócio-historicamente a produção das sequências, podem indicar aspectos do manejo que leva a certas “escolhas” performativas para designar ou ilustrar o tempo. Sem desconsiderar a advertência de Orlandi no capítulo sobre a constituição temporal no discurso, de que o foco está na historicidade do texto, concorda-se com as palavras de Courtine (2009) ao afirmar que a produção das condições em que uma sequência é produzida é

indissociável da difusão e da circulação de todo um conjunto de textos, de natureza e proveniência diversas, que a precedem e a preparam, e da qual ela constitui o ponto culminante, que lhe sucedem imediatamente e lhe respondem, formando o domínio de atualidade desse discurso (COURTINE, 2009, p. 131).

A segunda posição teórico-metodológica observada por Pêcheux e León (2011d) corresponde ao campo de arquivos submetidos à análise. Trata-se do *corpus* que para os autores não pode ser tomado como “um reservatório homogêneo de informações ou uma justaposição de homogeneidades contrastadas” (p. 165). Na presente pesquisa é trabalhado um *corpus* de arquivo formado por discursos provindos do campo publicitário. Como referido no capítulo anterior, a publicidade se atina a práticas discursivas do cotidiano, a formações

⁴² Discursos que podem ser de origens diversas (políticos, jurídicos, midiáticos etc) ou serem próprios a um lugar institucional ou a um sujeito, agente social, ocupando determinada posição.

imaginárias e discursividades que podem se encontrar tão dispersas quanto forem julgadas relevantes ao seu fazer persuasivo. Ao integrá-las ao seu discurso, o publicitário estabelece pontos de reconhecimento entre o que divulga e os modos de existência do sujeito, ou dito de outro modo, institui gestos de interpretação que fazem circular significados determinados sócio-historicamente. Esse quadro discursivo leva à formação de “um espaço polêmico das maneiras de ler”, que no presente estudo consiste exatamente em problematizar modos de representação do tempo pela publicidade e de interpretação social a partir de seu discurso, tomando o funcionamento dos sentidos em cada exemplar do *corpus* “enquanto relação do arquivo com ele-mesmo, em uma série de conjunturas, trabalhando da memória histórica em perpétuo confronto consigo mesma” (PÊCHEUX, 2011d, p. 165).

Os objetos coletados para a análise são dois anúncios de relógios de pulso, veiculados na revista *Veja*⁴³. Cada um foi publicado em uma década diferente, a saber: 1970 e a primeira década do século XXI. Ressalta-se que, embora o *corpus* apresente exemplares de discurso de um mesmo campo (o publicitário), estes argumentem em favor de uma mesma espécie de produto (relógios de pulso), e a análise se pautará nas formas de representação de um mesmo referente (o tempo), sempre esteve claro que não se poderia esperar uma totalidade de significações a respeito desse referente em apenas um único discurso nem serem tomados — os exemplares analisados — como definitivos a respeito de um panorama temporal. Acredita-se que se consiga sim compreender como se dão as representações sobre o tempo nesses anúncios em função de pressupostos histórico-ideológicos, e até mesmo detectar rupturas ou regularidades entre os efeitos que provocam, pois a escolha do *corpus* contempla duas épocas distintas.

A terceira condição teórico-metodológica apontada por Pêcheux e León — em que não deixam de estar implicadas as duas condições anteriores — se refere ao estatuto de enunciado. Para os autores, o analista deve compreender que entra em contato com enunciados “parcialmente opacos ou ambíguos” que comportam “uma série de mudanças de níveis, sintaticamente recuperáveis (ao menos em parte)” (p. 166). Por se tratar da noção de

⁴³ A escolha de *Veja* como meio de obtenção dos materiais para a análise levou em consideração ser este um periódico que, por ser mais abrangente em termos de segmentação de público, apresenta, teoricamente, menos influência sobre a construção dos anúncios veiculados do que outros que se dedicam a uma audiência ou temas específicos, como por exemplo, revistas femininas, esportivas etc. Também foi considerada sua grande circulação no país, ter como anunciantes marcas do produto relacionado ao tema da pesquisa e também a facilidade de acesso ao acervo integral da revista, pois todas as edições são digitalizadas e se encontram disponíveis para consulta na Internet. O período de existência da publicação também se mostrou favorável à pesquisa, pois contempla as últimas cinco décadas, sendo, portanto, contemporânea ao período em que, conforme sugerido na revisão teórica preliminar, notam-se mais acentuadamente transformações envolvendo a experiência temporal dos sujeitos, que interessa de perto a ao presente estudo.

enunciado, julga-se importante articular as distinções feitas por Courtine (2009). Para esse autor, os enunciados, quando grafados por um [E], referem-se aos elementos do saber próprios a uma FD. Já a grafia [e] designa uma formulação, isto é, uma sequência linguística⁴⁴ (de dimensão sintagmática inferior, igual ou superior a uma frase) que é uma reformulação de [E] no seio de uma rede de reformulações possíveis de dada FD, que se representa R[e] (p.100-101). Por meio dessas notações, e acrescentando [er] para indicar especificamente as formulações de referência⁴⁵ da análise, espera-se discernir a presença intradiscursiva da forma ou esquema geral que “governa a repetibilidade” no interior da FD que domina a sequência em análise (p. 100). Este é o modo encontrado para se atender à posição de Pêcheux e León e, ao mesmo tempo, realizar uma dessuperficialização⁴⁶, linguística e imagética, no domínio discursivo do *corpus* de forma a compreender a constituição de significados temporais e o manejo que os leva a serem representados sob determinada forma no espaço de ilusão subjetiva da superfície do anúncio.

Especificamente a respeito da superfície imagética, observa-se o alerta feito por Orlandi (1995) a respeito dos efeitos da linguagem verbal sobre a não-verbal. Para a autora, verifica-se em geral uma sobredeterminação da segunda pela primeira, sendo este um processo que afeta fundamentalmente a concepção da mídia, pois se trata de um efeito ideológico. O funcionamento midiático se dá, conforme esse entender, “através da redução do não-verbal ao verbal, produzindo o efeito da transparência, da informação, do estável (ou, pelo menos, do diretamente decodificável)” (1995, p. 42). Tal reflexão faz atentar para o risco de se reproduzir interpretações entre diferentes linguagens, de modo uniformemente contínuo como entende Orlandi (p. 42). Considerando a pertinência dessas colocações em um estudo que aborda anúncios publicitários, materiais midiáticos concebidos no jogo entre o verbal e o não-verbal, busca-se dar seguimento a um gesto analítico que considere as especificidades de cada processo signficante. Um procedimento que, assim como sugere Orlandi, acentue o discurso como prática⁴⁷ de forma a diminuir os riscos de redução de uma linguagem a outra.

⁴⁴ Ou uma secção imagética como será explicado a seguir.

⁴⁵ Tanto verbais quanto visuais.

⁴⁶ Conforme Pêcheux e Fuchs (1993b) é o processo que resulta na “transformação da superfície linguística de um discurso concreto, em um objeto teórico, isto é, em um objeto linguisticamente dessuperficializado, produzido por uma análise linguística que visa a anular a ilusão de realidade que se produz na falsa correspondência entre palavras e pensamentos em relação ao mundo exterior” (PÊCHEUX e FUCHS, 1993b, p. 177).

⁴⁷ Conforme explica Orlandi, a noção de prática tem um lugar bastante particular em Análise do Discurso, a começar pela própria definição de discurso que não é tratado como sequência de frases, texto, ou sistema de representações, mas precisamente como prática, “mediação necessária, um trabalho (no caso, simbólico) entre o homem e sua realidade natural e social. Prática significando, pois, ação transformadora” (ORLANDI, 1995, p. 46). Mais considerações a respeito dessa noção em AD foram trazidas na página 45 deste trabalho.

Ainda nesse sentido, compartilham-se também reflexões de Quevedo (2012), cujo trabalho⁴⁸ tem valiosas contribuições para a análise de imagens pela ótica da AD. Antecipadamente, recupera-se a interpretação que faz da imagem como sendo “a operação discursiva de superposição entre a imagem-OE⁴⁹ e a produção de uma leitura, que materializa uma imagem-representação do imaginário” (p. 112). Para o autor a imagem deve ser tomada como significante⁵⁰, reparando-se⁵¹ como se organizam maneiras de vê-la, nos termos do autor, a gestão de (in)visibilidades. Ao reportar os elementos na superfície da imagem, Quevedo opera uma distinção entre sequência discursiva de referência e secção discursiva de referência, justificando que essa última designação supera a linearidade de leitura implicada pelo termo “sequência”, contraproducente ao se pensar a imagem e também porque se referencia o gesto do analista frente à imagem que ao discriminar os elementos constituintes “secciona a imagem em partes que julga relevantes destacar” (p. 140). Neste estudo, compartilha-se desse tratamento para indicar o domínio do qual é extraída cada [er].

5.2 Princípios de orientação durante as análises

Esclarecidos pontos processuais básicos, definem-se alguns princípios auxiliares que acompanharão a análise. Alguns são identificados a partir de uma releitura do trabalho de Orlandi (2012, p. 14) que na ocasião refletia sobre modificações na materialidade do texto e para isso salientava a necessidade de se observarem alguns pontos-chave. Apropriando-se do que diz a autora, procura-se atentar em cada anúncio para a) os gestos de interpretação que convoca, b) o compromisso com posições-sujeito e/ou formações discursivas, c) os recortes de memória realizados e d) as relações com a exterioridade (interdiscurso). De forma ainda mais didática, pode-se manter essa observância buscando responder quatro questões, também postas por Orlandi (2012) e retrabalhadas aqui da seguinte maneira: a) que relações de sentido

⁴⁸ Com base em princípios e procedimentos da AD o autor empreende um exercício de interpretação da imagem, entendendo-a no entrelaçamento da materialidade visual, das formações imaginárias e do trabalho discursivo de leitura.

⁴⁹ Sigla para Objeto Empírico. Em seu trabalho, o autor distingue a imagem-OE ao se referir a objetos concretos (uma fotografia, uma peça publicitária, por exemplo) e do termo “imagem”, que reserva para se referir à produção de uma leitura.

⁵⁰ Congruente à acepção lacaniana que indica ser o significante “o que representa o sujeito para outro significante”.

⁵¹ O autor se vale da ambiguidade linguística de “reparar”, que atende a duas instâncias do processo analítico: “‘reparar’ como ‘ver’ a partir da teoria e não como ‘ver’ a partir de uma ideologia, recalçada/denegada pelo sujeito pragmático e ‘reparar’ como ‘restaurar’ o processo discursivo que preside a textualização da materialidade” (2012, p. 17). Para Quevedo, portanto, “reparar” reside em ver o não ver interior ao próprio ver (aforismo althusseriano) e em restaurar o processo discursivo, realizado a partir de dois exames que denomina como de superfície e de superposição.

estão determinando a necessidade dos gestos de interpretação convocados? Que posições/formações discursivas estão aí em jogo? Mesmo sem o saber, por que o sujeito imprime esta e não aquela direção à argumentação? De que natureza são seus argumentos?

A propósito dos interlocutores, publicitário e público, nas análises, recobra-se o que postula Courtine (2009) que concebe uma posição de sujeito como

relação determinada que se estabelece em uma formulação entre um sujeito enunciador e o sujeito do saber de uma dada FD. Essa relação é uma relação de identificação cujas modalidades variam, produzindo diferentes efeitos-sujeito no discurso. A descrição das diferentes posições de sujeito no interior de uma FD e dos efeitos que estão ligados a ela é o domínio de descrição da forma-sujeito (COURTINE, 2009, p. 88).

Distingue-se preliminarmente o sujeito-autor do anúncio como sendo o publicitário⁵² que enuncia em nome do produto e seu fabricante, posicionando-se em relação ao interlocutor (o sujeito-leitor da revista) pelas formações imaginárias, produzindo um discurso constituído por determinados saberes, impregnados ideologicamente, e realizado sob dadas condições sócio-históricas. É por isso que, mesmo se tratando da representação do tempo *para* (segundo o) sujeito-autor que é o publicitário, compreende-se que não se deixa de trabalhar com as representações que circunscrevem o imaginário do sujeito-leitor, pois como visto há sempre a projeção do interlocutor – e do referente – em relação a seu modo constitutivo de existência. Esse procedimento visa a explorar o processo discursivo do objeto já dessuperficializado, “por uma abertura aos fragmentos do cotidiano”, pois se considera o arquivo “um lugar de configurações, na complexidade do horizonte social” (MAZIÈRE, 2007, p. 15-96).

Às posições sustentadas e projetadas sobre a materialidade discursiva do anúncio se relacionam movimentos de interpretação particulares, por onde incursionam as determinações históricas que fundamentam representações do tempo, ancorando-se no imaginário do sujeito-leitor. E agregada à tarefa de compreender o gesto de interpretação do sujeito está a de exposição de seu(s) efeito(s) de sentido(s) que, na presente pesquisa, baseia-se primordialmente em uma categoria pensada a partir de considerações de Courtine (2003), que ao tratar dos modos de espetacularização do discurso político e seus deslizamentos no campo midiático, faz as seguintes indicações

É preciso compreender a influência do efêmero sobre o indivíduo, as delicadas tiranias da mobilidade, os discretos poderes da abundância;

⁵² Essa distinção recobre também a agência de publicidade, mesmo quando se utilizar apenas a referência ao profissional.

analisar preferencialmente os *efeitos de incitação* do que operações de interdição; as lógicas da superinformação do que os mecanismos de censura (COURTINE, 2003, p. 33) [grifos nossos].

A noção de incitação, na acepção assumida pelo termo de despertar estímulos, instigar, toca a esse estudo de forma produtiva haja vista as estratégias persuasivas que caracterizam o discurso publicitário. Guardadas as especificidades e objetivos próprios ao trabalho de Courtine, concorda-se com o que sugere como efeitos de incitação, tomando estes como uma noção possível de ser trabalhada de forma produtora em outros tipos de discursos, como o publicitário. Nos casos aqui apresentados, pensa-se que o manejo temporal ligado a aspectos de aceleração e volatilidade e os efeitos discursivos de incitação estão imbricados substancialmente, sejam discursos que se identifiquem ou se desidentifiquem com esse tipo de representação. Pensa-se poder conhecer os percursos discursivos da argumentação (historicamente fundamentada) pelos quais avançam e afluem determinados efeitos de sentido. Ressalta-se que não se pretere — ao contrário do que indica Courtine — a análise de possíveis operações de interdição haja visto a importância que a noção de silêncio⁵³ tem para o discurso, como preconizado por Orlandi (2007a; 2007b).

Relacionam-se também às análises os princípios interpretativos da falta, do excesso e do estranhamento, conforme Ernst-Pereira (2009), produtoras contribuições de acesso à configuração discursiva das sequências/secções. E finalmente, tomado o texto em sua organização⁵⁴, vale-se pontualmente de contribuições de autores mesmo advindos de outras áreas para complementar a análise.

Feitas as considerações metodológicas, seguem-se as análises.

⁵³ Concorde-se com a autora de que a compreensão de um discurso passa por se interrogar “o que ele não está querendo dizer ao dizer isto? Ou: o que ele não está falando, quando está falando disso?” (2007a, p. 275).

⁵⁴ Conforme a distinção entre organização e ordem e feita por Orlandi (2012), que toma a descrição da primeira como lugar de passagem possível para explicitar mecanismos de funcionamentos discursivos que levam a compreender fatos do discurso, correspondentes ao domínio da segunda.

6. ANÁLISES

6.1 Anúncio anos 1970

Figura 1

Um relógio para quem não pode parar.

Um dos gestos que você mais repete, o dia inteiro:
Ver a hora.
A hora de sair e a de chegar, a do almoço e a do encontro.
A hora presa do trabalho, a hora solta do prazer.
E você não pára. As vezes, nem mesmo pára para ver a hora.
Por isso existe Orient, o relógio de Tóquio, feito para quem não pode nem quer parar no tempo.
Feito por mãos cuidadosas e máquinas precisas, para o pulso de milhões de pessoas em todo o mundo.
Você encontra Orient nas melhores casas, com certificado de garantia e garantia de assistência técnica.
Peça Orient. Mas peça em japonês: Oriéntó.
É como se diz no Japão.

ORIENT
MADE IN JAPAN

Distribuidor exclusivo para todo o Brasil
Rua Sete de Abril, 118 7º sala 701

Anúncio da marca Orient. Publicado na edição de 28 de março de 1973, na página 53.

O primeiro anúncio⁵⁵ selecionado pertence à marca Orient. Abaixo, assinala-se a sequência discursiva de referência desta [sdr], sendo extraídas [er] para a análise.

⁵⁵ A propósito da apresentação dos anúncios, esclarece-se que se realiza uma transcrição devido à visualização de certas formulações estar prejudicada pela resolução das imagens coletadas no site. Informa-se que o quadrilátero vermelho com seta branca localizado sempre no canto direito inferior dos anúncios é elemento

[er₁] *Um relógio para quem não pode parar.*

[er₂] *Um dos gestos que você mais repete, o dia inteiro: ver a hora.* [er₃] *A hora de sair e a de chegar, a do almoço e a do encontro.* [er₄] *A hora presa do trabalho, a hora solta do prazer.* [er₅] *E você não pára. Às vezes, nem mesmo pára para ver a hora.* [er₆] *Por isso existe Orient, o relógio de Tóquio, feito para quem não pode nem quer parar no tempo.* [er₇] *Feito por mãos cuidadosas e máquinas precisas, para o pulso de milhões de pessoas em todo o mundo.* Você encontra Orient nas melhores casas, com certificado de garantia e garantia de assistência técnica. Peça Orient, mas peça em japonês: Oriêntô. É como se diz no Japão.

Quanto à imagem, seccionam-se discursivamente os elementos, sendo extraídas:

[er₈] correspondente às figuras humanas;

[er₉] correspondente ao cenário em que essas figuras aparecem;

[er₁₀] correspondente ao efeito técnico-visual produzido sobre [er₈] e [er₉];

[er₁₁] correspondente às faixas horizontais inferiores, contendo modelos de relógios.

Em [er₁] é feita a afirmação de que o produto se destina a ser adquirido e usado por um público que “não pode parar”. Trata-se de uma declaração projetiva, realizada no interior de uma formação social capitalista e de mercado, e por meio da qual se pode aferir a existência de uma representação imaginária do tempo a partir da posição atribuída ao interlocutor, que é coletivo.

Para isso, atenta-se para o emprego da negação em [er₁]. A forma negativa é, como lembra Indursky (1997), “um dos processos de internalização de enunciados oriundos de outros discursos, podendo indicar a existência de operações diversas no interior do discurso” (p. 213). De fato, “não pode” traz em si uma memória de discursos de alerta e de proibição, que são instituídos na (e instituem *a*) vida dos sujeitos, primeiro em âmbito familiar, depois no social, notadamente pelas formas jurídicas. O verbo “parar”, empregado no modo infinitivo, conecta a negativa anterior a uma perspectiva de movimento, de atividade. O efeito de sentido apresentado trata da impossibilidade dos sujeitos, para os quais o relógio é indicado, não continuarem em movimento. Há um gesto de interpretação direcionando a esse sentido, sustentado tanto pela evidência de movimento provocada pela leitura literal de [er₈] e [er₁₀] quanto pelo conhecimento, socialmente compartilhado, da necessidade de prossecução nas atividades da vida diária frente à inexorável marcha do tempo. Os recortes de memória

operados pela forma negativa contribuem para entender que se o produto pode ser considerado adequado para sujeitos que *devem* continuar em movimento, é porque historicamente *não lhes é permitido* parar. A partir de agora já se veem implicadas diversas posições-sujeito possíveis de identificação por meio de [er₁] com o [E] da FD que comanda toda a sdr, que se entende ser um saber comprometido com a observância e a obediência à premissa da passagem temporal e cuja existência histórica pode ser descrita como a de uma forma-sujeito subserviente ao tempo.

Admitindo uma possibilidade parafrástica como “*O relógio para quem deve continuar em movimento.*”, percebe-se que, apesar de compartilhar da mesma filiação que [er₁], essa nova formulação produz um efeito de sentido menos enfático, que pode ser interpretado como orientação (*é melhor que continue*), e em certa medida, permitir que seja questionada. Na estratégia discursiva do anúncio, a discursividade de [er₁] remete à imposição do tempo e constata a obrigação do sujeito com esse referente, tornando possível estabelecer no intradiscurso uma conexão válida entre as funções do objeto empírico relógio e a necessidade de sistematização que acompanha o indivíduo em sua vivência, e que, como explicado por Pêcheux, tem origem material e histórica.

A [er₂] marca o início de uma série de projeções de relações entre o interlocutor e o referente tempo, que como estratégia persuasiva visa a demonstrar a importância do produto no dia a dia. Nessa formulação, há marcas intradiscursivas relacionadas ao tempo (dia inteiro, a hora) e o emprego do termo *gestos*, qualificado como repetitivo, podendo ser interpretado como ação que se dá de forma quase mecânica, automática. Discursivamente, gesto é compreendido como “ato no nível do simbólico” (Pêcheux, 1993a), o que permite ver que a proposição fala ao hábito e a rotina de forma a articular um significado temporal às práticas cotidianas, percebidas como muitas já que ocorre repetidamente, durante um mesmo período: o dia inteiro. As relações de sentido prefiguram a coordenação, a sincronização, mas também a submissão do sujeito ao saber da FD. A presença do sintagma *a hora* no singular não parece fortuita se pensada como representando no fio do discurso esse Outro que organiza e legitima a realização das atividades concretas da vida, instituído e naturalizado por meio de discursos-outras mobilizados a cada tomada de posição que envolve o gesto de perpetuação simbólica.

O automatismo fica enfatizado em [er₃], sendo que a hora, enquanto marca discursiva referente à temporalidade, é o determinante comum aos mais diferentes compromissos sociais (*sair, chegar, almoço, encontro*), pois todos reparam a necessidade de se estar em conformidade com convenções horárias sempre pré-estabelecidas, daí a repetição gestual (simbólica) de [er₂]. Aliás, a repetibilidade pode ser considerada sintoma de um tempo

conduzido, que, como explicado por Castoriadis (1982), retorna sempre às mesmas formas, “trazendo o que já foi e prefigurando o que vai ser”, em razão de determinações (p. 250). Nesse tipo de representação, vinculam-se atividades e experiências com o ordinário do sentido de modo a salientar a regularidade e previsibilidade que deve ser obtida pelo sujeito, sendo que o que se efetiva é a gestão cotidiana de sua existência e das decisões da vida social e afetiva (Pêcheux, 1990).

Daí a possibilidade de retornar à Gondar (2006) e a sua compreensão da existência, em um mesmo sujeito, de múltiplas temporalidades, devido a serem muitos os regimes temporais que o trespassam. E também apreciar pela perspectiva discursiva como expresso por Orlandi (1988), quando diz que o sujeito é múltiplo, pois “atravessa e é atravessado por vários discursos, porque não se relaciona mecanicamente com a ordem social da qual faz parte, porque representa vários papéis” (p. 11). Compreende-se que os modos temporais no sujeito podem ser tantos quantos suas obrigações requisitarem.

A [er₃] mostra como é possível instrumentalizar o fazer na dimensão temporal, conforme recobrado de Castoriadis, de modo que a imposição ao tempo de uma medida, o tempo identitário, está contida no tempo imaginário que lhe segmenta conforme o uso.

Em [er₄], atenta-se para uma dicotomização do cotidiano em hora do trabalho e hora do prazer, sendo que a primeira é qualificada como uma hora *presa* e a segunda como uma hora *solta*. Aqui, percebe-se como a representação do tempo no discurso do anúncio está engajada historicamente pelas determinações do modo de produção predominante e das relações de classe no interior da formação social em que é produzido. Como explicado por Harvey (2000), cada modo de produção ou formação social comporta concepções temporais específicas. A memória que se atualiza nos adjetivos *presa* e *solta* é a mesma que vem constituir, além de sustentar interpretações, em processos discursivos que relacionam pares como trabalho e lazer, vida profissional e vida pessoal, patrão e empregado etc.

Com *hora presa do trabalho* são produzidos tanto efeitos de sentido mais negativos pelos modos como as relações sociais dispõem o tempo dos sujeitos, pois o interdiscurso evoca saberes como controle externo e até mesmo castigo, quanto sentidos menos negativos, dado que em um período de tempo em que esta dimensão se encontra comprometida com um regime de atividades, o sujeito consente em empenhá-la na execução dessas e não de outra forma, recebendo algum tipo de remuneração. De qualquer maneira, estão retornando por meio de [er₄] discursos jurídicos (termos de contratos), legislativos (leis trabalhistas) e mesmo

conteúdos de classe (reivindicações⁵⁶ sindicais). A hora presa é a constatação de um tempo fixo, administrado, sob custódia de outrem. Resgatando o artigo 4 da Consolidação das Leis do Trabalho, na forma vigente à época, percebem-se tais implicações: “Considera-se como de serviço efetivo o período em que o empregado esteja *à disposição do empregador*, aguardando ou executando ordens, salvo disposição especial expressamente consignada” (Art. 4, Seção I) [grifo nosso]. Outra remissão possível, pelo artigo 58, em se que decreta que “A duração normal do trabalho, para os empregados em qualquer atividade privada, *não excederá* de 8 (oito) horas diárias, desde que não seja *fixado expressamente outro limite*” (Art. 58, Seção II) [grifos nossos].

A representação do tempo como uma categoria suscetível de controle remete às reflexões anteriores de Foucault (2009) a respeito de seu uso disciplinar. Para este autor

O tempo medido e pago deve ser também um tempo sem impureza nem defeito, um tempo de boa qualidade, e durante todo o seu transcurso o corpo deve ficar aplicado a seu exercício. A exatidão e a aplicação são, com regularidade, as virtudes fundamentais do tempo disciplinar (FOUCAULT, 2009, p. 147).

A questão da disciplina toca profundamente a temporalidade, como já notado na revisão teórica, já que as determinações decorrentes das relações de poder se impõem, regrido condutas e cristalizando automatizações nos modos de existir e agir, como sugerido em [er₂]. O funcionamento imaginário de [er₄] mascara a fonte material do sentido do processo pela admissão consensual de que o trabalho corresponde a uma temporalidade prefixada enquanto o prazer — quer se entenda diversas situações outras que não atividades laborais — sugere uma relação mais flexível. Porém, mesmo *a hora solta do prazer* é afetada pela historicidade reguladora do trecho precedente e de toda a sdr, pois sobre ela incidem os mesmos saberes determinativos que fazem com que, por exemplo, seja condenável o atraso para “o encontro” descrito em [er₃] ou que a hora solta esteja limitada entre o fim e o início de um novo ciclo de hora presa.

A exterioridade inscrita nas formulações analisadas até aqui já verificam que a pressão *do tempo* é na verdade uma pressão *sobre o tempo*, sendo esta repassada aos sujeitos, vindo a constituir seus discursos. A representação do anúncio demonstra o quão restritos podem ser os sentidos objetivos resultantes da interpretação das ciências naturais para com o tempo quando este é relativizado conforme o papel que assume em uma conjuntura histórica.

⁵⁶ Uma das grandes causas da luta sindical sempre envolveu a questão da temporalidade: a redução da jornada de trabalho.

Em [er₅]⁵⁷ o manejo intradiscursivo, mantendo o compromisso com o [E] que governa a sdr, acentua a representação de uma temporalidade veloz, com efeitos de sentido que demonstram o nível de dependência e de exigência para com a hora. O que culmina em um efeito-sujeito engolfado pela noção de urgência, que não para nem mesmo para saber que hora é. O filósofo e psicanalista Luiz Felipe Pondé (2008), retomando a metáfora⁵⁸ de um poeta americano do século XIX, oferece uma interessante reflexão para ajudar a explicar como o sujeito se vê implicado nesse panorama. Para ele, o sujeito tem de correr muito para desempenhar todas as suas atividades e a velocidade é cada vez maior. Há um momento em que chega a se perguntar para onde está correndo. Conforme explica o filósofo, a conclusão é a de que “Você não está correndo para lugar nenhum. Você está correndo simplesmente porque você tem que correr, porque se você não correr a casca de gelo racha então aí você vai ser afogado” (PONDÉ, 8’05”-8’57”).

Outro efeito de sentido em [er₅] está submetido à relação com processos econômicos. Trata-se de compreender que até mesmo durante o gesto de ver a hora pode estar ocorrendo perda de uma parcela de tempo (irrisória, mas simbolicamente substancial) que deveria estar sendo empenhada para a realização das múltiplas atividades pendentes. A dinâmica de aproveitamento do tempo já se prefigurava na revisão teórica, quando Bauman retoma a máxima “tempo é dinheiro” para afirmar que essa equivalência conforma a existência dos indivíduos. É pertinente, portanto, resgatar um pouco mais da clássica formulação⁵⁹ de Benjamin Franklin que está subjacente no discurso analisado: “Lembra-te que o tempo é dinheiro... (...) nada é mais útil a um moço que pretende *progredir* no mundo que a *pontualidade* e a *retidão* em todos os negócios” (FRANKLIN *apud* WEBER, p.42-44, 2004) [grifos nossos]. Essa citação leva o sociólogo Max Weber a apontar Franklin como um dos precursores do “espírito” capitalista. Tal é a importância para a filosofia desse sistema econômico que não se pode deixar de relacionar ao que foi explicado por Castoriadis quando este diz que tudo que o capitalismo representa, significa, institui, não é e não teria sido possível fora de uma temporalidade efetiva instaurada e que se autoaltera de modo particular.

Ser pontual significa ser tão veloz quanto o próprio tempo, sendo que este já se encontra administrado e otimizado em função da intensificação da produtividade (Marcondes Filho, p. 289). De modo que todo ganho quantitativo (minutos, horas, dias) deve significar

⁵⁷ A formulação é realizada antes das mudanças feitas pelo acordo ortográfico da língua portuguesa, logo há a presença do acento diferencial no verbo, ausente na preposição.

⁵⁸ Ralph Waldo Emerson (1803-1882) escritor, filósofo e poeta americano cunhou a ideia de que o homem moderno vive sobre uma fina casca de gelo onde a estabilidade está em permanecer sempre em movimento, preferencialmente veloz.

⁵⁹ Proferida como conselho a um grupo de jovens homens de negócios.

aumento de produtividade e, conseqüentemente, de rentabilidade. É por isso que, conforme a classificação sugerida por Gurvitch e reproduzida por Harvey, pode-se dizer que o anúncio reporta um tempo à frente de si mesmo, acelerado, cujo predomínio é do capitalismo competitivo.

Em [er₆] a explicação introdutória, “por isso existe”, vincula toda a produção de sentidos vista até então com o objeto tomado como defesa pelos sujeitos contra o “terror do tempo” (Harvey, p. 288). O relógio, objeto empírico destinado à medição, torna-se símbolo de uma possível segurança na dinâmica temporal. Neste ponto, recobra-se de Castoriadis a noção de que a busca por um controle (ainda que ilusório) do tempo sinaliza a incapacidade da sociedade de se reconhecer naquilo que ela própria institui.

Em [er₆] há também uma nomeação, já esperada para a peça publicitária, em que se confere visibilidade à marca, designando-a como solução para as necessidades ou problemas antes mencionados. Porém, chama a atenção que se requisite a indicação de procedência, por meio da qual o fazer persuasivo converte a origem geográfica do produto em atributo para a construção da percepção de qualidade do mesmo. *O relógio de Tóquio* traz a memória de uma nação avançada tecnologicamente, de uma potência na área científica e de pesquisas, que prima pela inovação e pelo rigor técnico do que fabrica. Ao mesmo tempo, as condições em que se produz o discurso do anúncio (entre elas a época e os níveis de desenvolvimento) torna impossível não serem reverberados em [er₆] discursos sobre atraso tecnológico e de desconfiança quanto a capacidade técnica de um país como Brasil. Conforme diz o histórico disponível no site da marca

A Orient Relógios como representante da secular tradição japonesa, se notabilizou pela concepção e construção de artefatos de indiscutível inventividade, qualidade e beleza. Ao longo das décadas, aperfeiçoando a arte de medir o tempo, não tardou a alcançar a admiração e o respeito de todos aqueles que tiveram a oportunidade de conhecer suas criações em mais de 200 países, justificando, assim, sua destacada posição no mercado mundial de relógios. *O alto padrão construtivo exigido para manter a imagem mundialmente conhecida da marca, fez com que, apenas em 1978, fosse autorizada a montagem de seus produtos fora de seu país de origem.* Coube ao Brasil esta primazia graças à dedicação de inúmeros *profissionais treinados diretamente no Japão*, cujos esforços foram recompensados com a implantação, em uma área de mais de 38.000m², em Manaus, da ORIENT RELÓGIOS DO BRASIL (SITE DE ORIENT) [grifos nossos].

À parte de outros motivos (econômicos, por exemplo) que de fato teriam levado a marca a instalar uma filial no Brasil, atenta-se para a condição, a exigência para que esse acontecimento se efetivasse. “O alto padrão construtivo” só poderia ser reproduzido por meio

de treinamento *in loco*. Como o anúncio analisado foi produzido antes desse evento, o efeito de sentido de *know how*, de referência a um modelo de qualidade de reputação mundial, apregoa o pressuposto ideológico de que os japoneses deteriam mais conhecimento ou capacidade para “dominar” o tempo, para precisar sua medida, do que outros povos. Em [er₇] o trecho *mãos cuidadosas e máquinas precisas* — novamente a pretensa exatidão científico-matemática — confirma esse teor. Esta formulação ainda indica a probabilidade de que um contingente da população mundial se encontraria vivendo os efeitos da forma como o tempo é instituído então, pois há essa representação presentificada em *para o pulso de milhões de pessoas em todo o mundo*.

Ainda sobre [er₆] resta fazer duas ponderações a respeito do verbo “querer” no trecho *nem quer parar no tempo*. A primeira, pelo entendimento de que parar no tempo perpassa o sentido de não se atualizar, o que imaginariamente é visto como um defeito, porque ideologicamente é uma desvantagem e um risco: no interior de um capitalismo competitivo, o sujeito *não quer ficar* parado, pois se isso acontecer significará que é ultrapassado (antiquado) e que será ultrapassado (por outro sujeito). Essa relação leva ao segundo ponto a ponderar, o de que o sujeito *não quer estar* parado, porque persiste socialmente a imagem do desemprego relacionada à desocupação e malandragem. Dito de outro modo: julga-se o sujeito e não a conjuntura. Uma rotina “preenchida” sinaliza um maior prestígio e importância econômica, ainda mais dentro de uma formação social que valoriza o desempenho produtivo. E para se atingir a capacidade produtiva esperada, faz-se necessária a disciplina, justificando as palavras de Foucault ao entender que o corpo, nesse sistema, deve ser “tanto mais obediente quanto é mais útil” (p. 127).

Quanto à materialidade imagética, foi seccionada [er₈] por apresentar as figuras humanas que parecem “ilustrar” um modo de agir dos sujeitos perante o tempo representado no anúncio. Pelos aspectos físicos, interpretam-se os gêneros: o feminino, com os cabelos longos, pele mais exposta, vestido (ou minissaia), botas; o masculino, a mesma roupa escura em todo o corpo, provavelmente um terno, o cabelo curto, a altura, visivelmente maior que a do corpo feminino, possivelmente uma gestão da imagem como explica Quevedo (2012) pelo atravessamento de uma formação ideológica sexista.

A posição dos braços e as mãos unidas conduz a interpretação de que existe entre eles algum tipo de nível afetivo. Poderiam ser irmãos⁶⁰, mas a escolha em [er₃] pelo termo *encontro* e o próprio imaginário social corroboram a produção de uma leitura em que sejam

⁶⁰ Se vistos de frente, poderia se tentar distinguir alguma semelhança facial que autorizasse uma leitura de parentesco (pai e filha, irmão e irmã).

considerados um casal. Pela flexão dos joelhos e dos cotovelos dele, o esvoaçar dos cabelos e saia dela, além do seu antebraço estendido lateralmente como que buscando equilibrar o corpo que se projeta, deduz-se que tanto o homem quanto a mulher estão em movimento. Tornada inequívoca, a ação de correr funciona na cadeia significativa em aliança com os dizeres das outras [er] e em conformidade com o saber de [E] que predomina também sobre a produção da leitura das imagens. Cabe, portanto, refletir sobre a organização dessa evidência em relação a aspectos temporais.

Substituindo [er₈] por dois fenótipos de atletas, com roupas próprias para a prática de exercícios físicos (calções ou shorts) e [er₁], título do anúncio, por uma formulação como “O relógio para quem quer bater recordes” ou “O relógio para quem quer superar seus limites”, seriam produzidos outros efeitos de sentidos, relacionando uma posição-sujeito esportista a qual uma memória sobre o tempo também prepondera, mas como marco de uma meta pessoal, por exemplo. Já as mãos dadas podem ser vistas como que produzindo um estranhamento⁶¹ (Ernst-Pereira, 2009), pois além de indiciar certo grau de afetividade, esse contato pode significar uma situação de perigo⁶², em que a união é questão de sobrevivência, ou mesmo de rebeldia⁶³, com solidariedade pela afinidade de ideais.

A mobilização desses outros elementos e relações de sentido visa a compreender a contribuição de [er₈] para a materialização de uma imagem-representação do imaginário de sujeitos submetidos ao regime de aceleração, que não podem parar, necessitando correr para cumprir com prazos e responsabilidades. Inclusive, o tempo poderia ser entendido menos como um marco de orientação e mais como um perseguidor implacável. Segundo Foucault (2009) a disciplina se interioriza, vigorando pelo medo. O próprio autor reconhece que esta é mais visível nas relações de trabalho, mas que também acompanha o indivíduo em sua vida particular e doméstica.

⁶¹ Conforme explica a autora, trata-se da “estratégia discursiva que expõe o conflito entre formações discursivas e consiste na apresentação de elementos intradiscursivos — palavras, expressões e/ou orações — e interdiscursivos, da ordem do ex-cêntrico, isto é, daquilo que se situa fora do que está sendo dito, mas que incide na cadeia significativa, marcando uma desordem no enunciado” (ERNST-PEREIRA, 2009, p. 5).

⁶² Se vistos de frente, poder-se-ia tentar uma interpretação de medo ou pânico a partir da expressão de seus rostos.

⁶³ Buscando elementos circunstanciais e sócio-históricos a respeito das experiências vividas no país naquele período em que foi produzida e veiculada a peça, percebe-se que se poderia sancionar essa interpretação. Nos anos 1970, o Brasil se encontrava sob o governo de uma ditadura militar, em que eram cerceados diversos direitos que tinham a liberdade como a principal premissa. Entende-se que restava ao sujeito se integrar a esse sistema ou se rebelar contra ele o que, em geral, levava-o a se manter “à margem”. Em ambos os casos, correr seria uma atitude necessária. Integrados — como poderiam ser vistos os sujeitos a que se destina o produto divulgado — precisavam correr para cumprir com as obrigações da vida sob condições arbitrárias desde a esfera macropolítica. Aqueles forçados a uma marginalização, resistiam e lutavam, buscando escapar da repressão das autoridades.

Em [er₉] se destaca o cenário em que essas figuras realizam a ação, que se supõe ser uma área verde em um ambiente tal como um parque. O efeito de [er₁₀] distorce o desenho do que seria o elemento verde, mas é possível associá-lo a árvores e também na parte que corresponderia ao chão, a um gramado. Já que o conjunto significativo desautoriza a leitura de sujeitos rebelados, o efeito de sentido mais próximo ao saber da FD predominante seria o de que o casal está atalhando, cortando caminho por entre árvores para chegar mais rápido ou mais cedo e, assim, conseguir atender ao [E]. Ao se realizar esse gesto de interpretação parece especificado que a posição-sujeito cuja relação com o tempo é representada no anúncio é a do trabalhador urbano moderno.

A [er₁₀] corresponde ao efeito⁶⁴ técnico visual produzido sobre [er₈] e [er₉], conferindo à composição uma ideia de velocidade. Como também as figuras do homem e da mulher estão distorcidas indica que a eles também se aplica os efeitos de velocidade, ou dito de outro modo, sobre seus corpos incide⁶⁵ a aceleração temporal. Considera-se este efeito como sendo um excesso nos termos de Ernst-Pereira (2009). Caracterizando-se por ser “aquilo que está demasiadamente presente no discurso” (p. 4), esse acréscimo, uma vez notado que as figuras já se encontram correndo, enfatiza a necessidade de confirmar o efeito sobre os corpos, o que se constitui em uma “reiteração incessante de determinados saberes discursivos”, como explica a autora (p. 4). Entende-se que além de reforçar a vulnerabilidade dos sujeitos a esse regime, o desfoque propicia interpretá-la pela presentificação do ritmo de vida experienciado.

Sobre [er₁₁], tratam-se de duas faixas horizontais na parte inferior do anúncio, separadas pela marca do fabricante, em que são apresentados modelos dos relógios. A superfície em que se encontram dispostos os modelos é de aspecto rugoso e rígido, semelhante à de uma pedra ou rocha. Cabe pontuar como essa aposição dos relógios evita o contato com a distorção do restante da imagem, conferindo aos objetos nitidez além de um efeito de sentido de estabilidade em vista de uma cena em que tudo é mobilidade. Esse contraste marca um cessar no aspecto célere do tempo, um espaço que não é afetado pelos seus efeitos, conveniente com os argumentos, historicamente assentados, de que o relógio é o instrumento-segurança, um dos mecanismos “suficientemente fortes para serenar o tempo” (Harvey, p. 206). Ao produto, portanto, outorga-se uma função de pilar, de vigilante.

⁶⁴ Tal efeito, nomeado comumente de Motion Blur, pode ser obtido pela longa exposição em uma câmara fotográfica ou em software de tratamento da imagem como o Photoshop. Trata-se de uma noção de velocidade que é passada em uma fotografia através de partes borradas na imagem, preservando a nitidez de determinados objetos. Pela parte borrada se atribui impressão de movimento ao objeto.

⁶⁵ A diagramação do texto acentua a convergência do olhar para o eixo central do anúncio, de modo que o início de cada frase se encontra paralelo a esse núcleo imaginário.

Desse modo a representação do tempo no anúncio pode ser compreendida como de natureza pan-óptica, nos termos de Foucault. Expõem-se efeitos discursivos de incitação que exteriorizam aspectos intimidantes, permitindo entender o tempo inclusive como um agressor que, uma vez em/sob seu domínio, não se pode escapar. Constitui-se assim o “cárcere” do sujeito, resultante de uma política sobre os corpos, reiterada na observância a certos gestos, na normatização e regulação de condutas e que sentencia o sujeito a não parar. A pressão social constrange os sujeitos e os obriga a lidar com um sentido de compressão, como explicado por Harvey (2000), uma experiência que desafia, estimula, perturba e também pode provocar uma diversidade de reações (p. 219). Daí pensar que [er₈] também evoca sentidos pela possibilidade de interpretar a imagem como uma fuga das amarras do tempo, que tanto conforma a vida ou de [er₁₀] ao enfatizar a pressa de atender ao que o orienta ou a vontade de escapar do que o oprime. Mesmo com o verbal sobredeterminando o não-verbal como prevê Orlandi (1995), há o equívoco na imagem, mostrando que também nessa linguagem o sentido sempre pode ser outro.

Não sendo possível ao sujeito *parar o tempo*, nem admitido ou indicado que *pare no tempo*, só resta ao mesmo se integrar. A sdr do anúncio de Orient apresenta efeitos discursivos de incitação elementares na relação entre o produto anunciado e os aspectos temporais. Sendo também direcionados historicamente pelo saber do anúncio que desautoriza o simples cogitar da possibilidade de parar, ou seja, de sair do controle do tempo, esses efeitos trabalham a recomendação do produto pela concepção de solução lógica, cabível e funcional para as necessidades (instituídas) socialmente.

Com base na AD se pôde discernir essa discursividade, que direciona a representação do tempo como se esse se impusesse à existência, quando o que foi verificado é uma imposição de determinações através dele.

6.2 Anúncio anos 2000

Figura 2



Anúncio da marca Technos. Publicado na edição de 10 de agosto de 2005, na página 25.

O segundo anúncio selecionado pertence à marca Technos. Do mesmo modo que no primeiro exemplar, assinala-se a sequência discursiva de referência [sdr], sendo extraídas [er] para a análise.

[er₁] *Technos. O relógio que o Murilo Benício usa quando é só o Murilo.*

No Dia dos Pais dê um Technos de presente.

Technos. Qualidade em tudo.

www.technos.com.br

Quanto à imagem, seccionam-se discursivamente os elementos, sendo extraídas:

[er₂] a figura humana;

[er₃] a cena em que se encontra [er₂] e a respectiva ação sugerida;

[er₄] a materialidade em que se reproduz o que é visto em [er₂] e [er₃];

A leitura da representação e do manejo do tempo no discurso do anúncio será iniciada com um movimento para dessuperficializá-lo por meio da remissão a um tipo de discurso a que parece estar aludindo. Trata-se do discurso jornalístico, especificamente o que se vê na imprensa especializada na cobertura de fatos do cotidiano e de hábitos de comportamento de pessoas famosas. Publicações como a revista “Caras”, um típico exemplo dos veículos que abordam a carreira e principalmente a vida íntima de personalidades, em especial de artistas de televisão.

Em [er₁], designa-se a marca, relacionando o produto ao uso específico descrito na asserção seguinte. Justifica-se, com base nesse discurso-outro, a escolha pelo verbo “usar” nesta primeira sequência, que vincula [er₂] ao produto como se fosse uma confissão ou uma revelação sobre a vida particular de uma celebridade. Esse gesto de interpretação é autorizado pressupondo o conhecimento prévio de que em [er₂] a figura retratada é de Murilo Benício, famoso ator brasileiro, portanto um potencial destaque nos discursos da publicação que serve de referência para a sdr. Para confirmar essa associação com o discurso de imprensa, pode-se ver [er₁] funcionando como uma legenda ou mesmo como um *lead*, no jargão jornalístico, uma informação básica inicial de uma reportagem.

Na estratégia publicitária, esse reconhecimento funciona como um testemunhal, que, conforme Carrascoza (2007) se trata de um recurso que se apoia no depoimento de outrem, em geral uma personalidade, para aconselhar a experimentação de um produto ou serviço (p. 77). Em [er₂] e [er₃] é organizada uma leitura como se fosse um flagrante da vida particular, um registro que valida a associação com o discurso jornalístico e com a publicação de referência. Esta última, inclusive, é reafirmada na metalinguagem presente através de [er₄], já que se observa a imagem-representação de um exemplar de revista semelhante à revista

“Caras”, vista aqui nas páginas de outra, pelo ângulo oblíquo que permite divisar um fundo em madeira, talvez um banco ou mesa em que está o objeto.

Entre os gestos de interpretação que poderiam estar sendo convocados nesse anúncio não estão somente aqueles que derivam dos sentidos atravessados pelas formações imaginárias típicas sobre celebridades⁶⁶, mas os que, aproveitada a apropriação e transferência desse imaginário para o objeto divulgado — conforme o fazer persuasivo — tornam o relógio símbolo de um estilo de vida, de uma relação aspiracional, idealizada e aparentemente mais harmoniosa com o tempo. É sobre esses gestos que se procura compreender como se dá a representação da temporalidade neste anúncio, já vislumbrada diferente do anterior.

Em [er₁] a conjunção “quando” funciona indicando o momento em que o relógio é usado, neste caso em uma determinada situação particular, e por que não dizer, em um tempo particular. Por em [er₂] ser evocada uma memória histórica ligada ao ofício do ator, aquele que interpreta personagens, que sabe (dis)simular, representar, pôr-se na “pele” de um outro alguém, discursivamente se entende que ele usa o modelo da marca Technos em ocasiões em que essa posição, que é pública, não precisa ser sustentada ou, dito de outro modo, quando não está sendo outra pessoa, neste caso, por conta de sua profissão. Isso é reforçado pela presença de um “só” na sequência da formulação. Funcionando como advérbio, essa partícula caracteriza o momento de uso do produto e também como o sujeito se mostra em tal circunstância. Equivalendo a “somente” ou “apenas”, incide sobre o verbo “ser”, flexionado, e também sobre o sintagma “o Murilo”, demarcando-o de forma excludente. Este aspecto semântico se justifica ao se considerar que a presença do artigo definido “o” também serve para a afirmação de uma pretensa verdadeira identidade do sujeito, que estaria materializada em [er₂].

A partícula “só” também se mostra relevante para o entendimento dos efeitos de sentido da própria representação do tempo se avaliada sob uma das figuras centrais à tese de Augé: o excesso. Considerando a validade de suas proposições, de que são múltiplos e céleres os fatores que sobredeterminam o sujeito nos dias de hoje, fica incutida no fio do discurso uma ideia de contraponto a esse regime, ao mesmo tempo em que se pode materializar uma outra vertente dessa mesma figura, a do excesso de individualismo.

⁶⁶ Na época da veiculação deste anúncio, Murilo Benício era o protagonista do programa de televisão com maior audiência no País: a novela das nove. Essa visibilidade projeta uma ideia de sucesso na carreira, promovendo efeitos de sentido de credibilidade favorável ao produto associado. Além disso, por se tratar de um anúncio direcionado pela proximidade de uma data comemorativa, o Dia dos Pais, o imaginário em torno da boa relação do ator com o filho mais velho e a felicidade pela chegada do segundo herdeiro dali a alguns meses, além do distanciamento de uma imagem paternal convencional (homem de meia idade, austero, cabelos grisalhos, por exemplo) também colaboram para legitimar sua escolha. O encaixe da imagem-representação profissional com a paternal dá uma mostra da administração de sentidos nesse discurso.

A filósofa Scarlett Marton (2008) esclarece essas possibilidades de leitura histórica que se avivam em [er₁] e [er₂]. Segundo a autora, o sujeito não tem controle do próprio tempo, pois há uma quantidade enorme de solicitações que tem de atender, permanentemente. Nas palavras da autora isso tem a ver “com o próprio ritmo que vem sendo impresso a nossa vida cotidiana (...) e isto é generalizado, como se uma determinada mentalidade estivesse imperando na nossa sociedade” (MARTON, 2008, 0’23”-0’59”). O termo “mentalidade” trazido pela autora inspira o cuidado de ser tratado como indicativo de uma orientação predominante, oriunda de um dado posicionamento ideológico. O foco, como indicado por Thompson (1995), deve estar na forma como esse caráter ideológico é sustentado simbolicamente (p. 76).

Diante de uma profusão de situações em que é instado a agir⁶⁷, o sujeito se dispersa em múltiplas posições e, conseqüentemente, em diferentes tempos e identidades. Em [er₁] a questão da identidade se presentifica na manifestação dos nomes (*Murilo Benício, Murilo*), trazendo à análise a questão da evidência do sujeito, como visto, central à tese de Pêcheux (1995a). Especificamente sobre os nomes próprios, o autor explica que eles designam unicidade de existência, isto é, evidenciam o sujeito como sendo único, insubstituível e idêntico a si mesmo. Pêcheux afirma que o nome próprio (sobrenome) é “identificado administrativamente, por referência à filiação (legítima ou natural); e seu caráter propriamente inalienável faz com que toda mudança de nome seja assunto de discurso legal” (p. 102). Se juridicamente satisfaz o direito de registro previsto em lei, discursivamente o sobrenome, acrescido do chamado nome de batismo, identifica⁶⁸ o sujeito e também o individualiza⁶⁹. Entretanto, sabe-se que a identificação desse sujeito consigo mesmo passa pelo saber da FD que o assujeita. A diferença — que se pode entender como condição para o uso do relógio — de designar ora pelo nome e sobrenome ora apenas pelo primeiro expõe no intradiscurso a ideia de cisão que na verdade já o acompanha diariamente, a cada nova tomada de posição e

⁶⁷ Aproveitando a acepção sociológica que envolve o termo ator como aquele que atua por assumir um papel na sociedade, funcionando de modo semelhante ao termo agente.

⁶⁸ Uma identificação perceptiva, no estilo “eu vejo *esta coisa*, que vejo = eu vejo o que vejo”, e uma identificação inteligível, “sabe-se que esta coisa é X que... que corresponde a ‘sabe-se o que se sabe’” (p. 101).

⁶⁹ Ao falar em individualização, convém assinalar que o estatuto do sujeito corresponde a um processo referenciado pelo Estado. Como explica Orlandi (2005), é o Estado que individualiza a forma-sujeito histórica, produzindo diferentes efeitos nos processos identitários do sujeito. Daí ser possível considerar o indivíduo um constructo e não unidade de origem na produção dos sentidos. Ainda para Orlandi, pensar esse sujeito já individualizado é refletir sobre como se constitui pelo simbólico e pela ideologia e também como o mecanismo coercitivo do Estado se impõe perante ele. (ORLANDI, 2005, p. 4-5-6).

acontecimento discursivo em que se vê envolvido. O anúncio indicia que o sujeito não é um tampouco o tempo que vive.

A partir desse ponto já fica nítido que no discurso sobre o produto estão articuladas mais do que as funções utilitárias deste, superando o nível do cômputo da passagem do tempo a partir de argumentos oriundos de conhecimentos antecipadamente estabelecidos. A leitura deslinearizada, feita a partir dos gestos convocados e do fazer persuasivo dicotomiza a representação do tempo em um tempo público, aquele das múltiplas solicitações, da determinação coercitiva, e o tempo privado, pessoal, aparentemente menos injungido. É assim que poderia se falar na temporalidade correspondente ao período que assume funções como ator, profissional, homem público, cuja designação é *Murilo Benício*, e naquele específico aos lugares de marido, de pai de família, de ser humano, enfim, a sua vida íntima que justificaria o tratamento mais informal *Murilo*. Entende-se que o [E] da FD que governa o dizível e possível de dizer na sdr analisada é um saber ainda conectado com a observância ao tempo, mas que existe historicamente por meio de uma forma-sujeito diferenciada. Os efeitos-sujeito discursivizados apontam para uma intermitência no regime temporal preponderante. Daí pensar uma forma-sujeito contemporizado, na acepção deste termo, adaptado às circunstâncias e aos usos do tempo, já que se admite a possibilidade de concerto entre o que é da ordem do individual e o que é da ordem do social, entre a temporalidade da vida particular e a que governa a vida profissional, entre a velocidade exigida no período de trabalho e a intensidade almejada durante o período de lazer.

Os efeitos de incitação autorizam essa leitura, pois mesmo não sendo possível afirmar uma emancipação do sujeito ao regime temporal estabelecido, expõe-se em certa medida uma forma de resistência. Pode-se pensar que, se não encontra controle sobre o que diz, ao menos o sujeito pode tentar ser senhor do tempo que vive. O próprio relógio mostra que não é uma tarefa fácil, pois sua presença opera um recorte de memória que conduz o entendimento de condição finita, com “hora” para iniciar e acabar. Logo será preciso adentrar outra temporalidade, com ritmo e duração específicos. Como então explicar a exterioridade que o discurso do anúncio conjuga?

Busca-se as reflexões de Pêcheux (1995a), para quem o sujeito pode se contraidentificar com a formação discursiva que lhe é imposta pelo “interdiscurso” como determinação exterior de sua interioridade subjetiva (p. 216). A busca por alternativas⁷⁰ aos

⁷⁰ Talvez um dos mais emblemáticos exemplos de mobilizações contradiscursivas envolvendo diretamente a perspectiva temporal sejam aquelas referentes aos denominados movimentos *slow*, termo em inglês para o que se move de modo devagar, mais lento. *Slow Food*, por exemplo, foi uma das primeiras associações internacionais

regimes padronizantes instalados vem demonstrar por um lado que nenhum ritual é infalível e por outro que a ideologia pode, como descrito por Pêcheux, funcionar às avessas, isto é, “*sobre e contra si mesma*, através do ‘desarranjo-rearranjo’ do complexo das formações ideológicas (e das formações discursivas que se encontram intrincadas nesse complexo)” (p. 217-218) [grifos do autor]. Isso leva a entender que todo contradiscurso nasce e se mantém pelo embate com sua matéria-prima discursiva.

O processo discursivo apresenta, portanto, uma espécie de reação a um panorama temporal que muito se aproxima daquele concebido por Bauman ao explicar os modos de viver na chamada sociedade moderna líquida, tão volátil e efêmera em suas formas. A produção do anúncio coincide com o aumento de reivindicações e procura por hábitos mais seguros e valores mais duradouros, amparadas pelo conhecimento da experiência de gerações anteriores já imersas na servidão ao tempo, explícita, por exemplo, na análise anterior, em que a vivência tende a acontecer em limites de tempo sempre muito reduzidos. Retorna-se aqui à ideia de densidade da vivência, reflexão de Marcondes Filho, que fala à possibilidade de se condensar períodos aparentemente longos em uma vivência mais curta, configurando a intensidade como o principal parâmetro para pensar a experiência com o tempo nos dias de hoje. Quando a temporalidade convocada é aquela correspondente à vida particular, a tendência é o aproveitamento máximo desses momentos de “interrupção” do controle temporal. Tal possibilidade, em que se sustenta o argumento publicitário, transforma-se em estratégia para favorecer a empatia e a relevância do relógio divulgado.

Se o mundo exterior se impõe perante a flexibilidade da vontade humana, deve-se ao menos procurar viver momentos duráveis, nem que para isso seja necessário a adoção e descarte de identidades, pois como lembrado por Bauman não há “compromisso com experiências passadas, pois se está sempre mantendo as opções abertas” (2001, p. 112-113). Articulado ao pensamento de Melman (2008), que diz que o sujeito tem um pertencimento momentâneo ao lugar em que estabelece seu laço social, pode-se considerá-lo então nômade nas suas filiações, fixando-se a elas pelo período de tempo correspondente ao desempenho da função esperada (imaginada). Trata-se, conforme afirma Gregolim, da subjetividade que “está

criadas sob esse conceito. Desde sua fundação, ela se autodescreve como uma resposta aos efeitos padronizantes do fast food, o nome dado ao tipo de comida rápida servido e consumido sempre em reduzidos intervalos de tempo, em substituição a uma refeição convencional e que acabou se tornando um símbolo do ritmo frenético da vida atual que estaria contribuindo para o decrescente interesse das pessoas na sua alimentação e até para o surgimento de problemas de saúde. Essa iniciativa inspirou movimentos baseados na mesma premissa em outras áreas: no turismo, com *slow travel*, na ciência e pesquisa com o *slow science*, e no estilo de vida como um todo com o *slow living*. Entende-se que eles não consistem somente em uma crítica a modelos predominantes, mas representem contemporaneamente a desidentificação com esses mesmos sistemas, tentativa de uma “tomada de posição não-subjetiva” (PÊCHEUX, 1995a, p. 217).

em circulação, é essencialmente social, assumida e vivida por indivíduos em suas existências particulares” (2007, p. 54). Com isso, entende-se haver uma produção “subjéctiva” em relação à discursividade do dizer da sdr que assinala outra forma de lidar com o movimento do tempo nos dias atuais.

Pode-se inclusive considerar essas alterações operando em um nível macropolítico e macrossocial, conforme antevê Castells, por serem modificadas formas de sociabilidade e produzidos efeitos sobre dimensões da vida diária, seja a partir dos modos como se estrutura o tempo de trabalho ou a maneira como os indivíduos se divertem, ou seja, como aproveitam seu tempo “livre”.

De fato, para Moreira (2008) a sociedade urbana contemporânea é claramente marcada pela valorização do tempo livre, sendo que o lazer é um dos temas que está mais fortemente enraizado no imaginário. O lazer pode ser entendido como um tempo de descanso, em que o sujeito se encontra liberto dos automatismos e rotinas que o aborrecem e constroem. Segundo a autora, os tempos e os espaços⁷¹ de trabalho deixaram de ser centrais em termos de motivação, ainda que permaneçam centrais na organização e na estruturação dos cotidianos. Assim, apesar de o objetivo continuar sendo a produtividade, deve-se obter um tempo livre destinado ao lazer (p. 179).

As condições de produção do discurso do anúncio autorizam essa leitura, já que, como distinguido por Moreira, o progresso tecnológico proporcionou ganhos significativos de produtividade, diminuindo o tempo de trabalho e, conseqüentemente, aumentando o tempo livre (p. 181). Intensificou-se a importância de um tempo de decompressão, de libertação, de distração, de satisfação, de lazer e de consumo, um tempo tido como essencial para uma vida com qualidade⁷². Essa nova ênfase denota a criação de um novo paradigma: o tempo *para* o sujeito e não mais *sobre* o sujeito.

A [er₃] retrata a importância adquirida pelo tempo de lazer de maneira exemplar. A cena seccionada em [er₃] contém a interpretação da prática de um esporte pela figura de [er₂]. Elementos como raquete, cerca de arame, mochila, quadra demarcada (parcialmente observável ao fundo), presentificam a opção da modalidade trabalhada na estratégia publicitária: o tênis. O interdiscurso que recobre essa modalidade esportiva permite considerá-la, ainda no Brasil pelo menos, muito elitizada, sendo acessível a classes com maior poder

⁷¹ Pensa-se no exemplo dado por muitas empresas ao aceitarem que seus funcionários trabalhem em casa, o que não significa necessariamente que sejam menos exigidos, mas que lhes oferece uma certa flexibilidade nos horários.

⁷² Entendida a partir de uma mudança de estilos de vida, a partir da rejeição à herança dos anos de dedicação excessiva ao trabalho, o tempo do chamado *workaholic* que dá lugar a era dos *worklovers*, aqueles que “trabalham para viver” e não “vivem para trabalhar”.

aquisitivo (não surpreende a cor amarela, na camiseta usada por [er₂] que é tida na cultura ocidental como uma cor associada à riqueza, ao luxo, além da energia). Seguindo o dispositivo teórico-analítico escolhido para este estudo, importa discernir que essa representação, à parte de leituras outras⁷³, trabalham associações significantes que valorizam o momento tais como: entretenimento, pelo interesse na atividade confirmado pela direção do olhar em [er₂] e do modo como é manuseada a raquete (mão desamassa os fios após uma rebatida) e satisfação, pelo leve sorriso no rosto de [er₂].

O efeito discursivo de incitação trabalha uma recomendação do produto como o objeto que marca a entrada do sujeito nesse tempo particular, em que se veem imbricadas as questões de intensidade que Marcondes Filho e Castells preconizaram. Apesar da sugestão de maior liberdade para com o tempo, entende-se que a sincronização com outras atividades atualize os efeitos do controle e da disciplina que ainda repercutem.

⁷³ Como a que permitiria pensar que Murilo Benício, em vista de interpretar um tenista em alguma produção dramática, estivesse realizando o chamado laboratório, período em que o ator experencia a realidade que caracteriza o dia a dia do futuro personagem.

6.3 Considerações sobre as análises

Os resultados das análises apontam para representações do tempo condicionadas por determinações histórico-ideológicas. Os processos discursivos que emergiram a partir da dessuperficialização do *corpus* se encontram ancorados nesses pressupostos, que além de constitutivos, marcam a articulação entre o tempo, a linguagem e o social.

Havendo já-ditos que sustentam vínculos entre a temporalidade e desígnios outros como imperativos econômicos, constrói-se no discurso a identificação histórica dos sujeitos com saberes pré-estabelecidos. Reconhece-se, portanto, que o tempo discursivizado na publicidade é expressão de modalidades de existência material dos sujeitos, conformadas ideologicamente e que funcionam imaginariamente em projeções.

Identificou-se que no exemplar da década de 1970 há uma ênfase discursiva voltada a um sentido de aceleração e dependência, enquanto que no anúncio dos anos 2000 o foco — ao contrário do que se pensava no início desta pesquisa — passa a ser menos a velocidade e mais a intensidade, embora haja sustentação pela memória compartilhada do primeiro, mostrando que esse saber continua em vigor nos dias atuais. Os anúncios assinalam diferenças de ritmos na experiência temporal e refletem não somente modos pelos quais o tempo é instituído e interpretado, mas também conflitos entre formações discursivas que fazem emergir outras relações de sentidos, medindo forças com os saberes vigentes e possibilitando o surgimento de novas discursividades.

Do manejo intradiscursivo que dotava de um caráter intimidante o tempo no primeiro anúncio analisado, passa-se a uma estratégia conciliatória, harmonizada, entre a existência dos sujeitos e as exigências determinativas. Interditam-se sintagmaticamente referências ao temor do atraso e da falha nas obrigações. Substitui-se a injunção ao tempo do trabalho para que seja louvado o tempo do lazer, entendido como aquele que a pessoa dispõe para se dedicar a si mesma e que tem ganhado relevância na sociedade contemporânea. Desvincula-se a imagem do tempo como algo que aprisiona o sujeito, porém ele ainda vê conformada sua existência, pois cada situação, cada nova posição assumida no curso diário da vida requer adaptação a temporalidades específicas, fazendo com que muitas sejam também as suas identidades.

Por isso se pode dizer que a forma-sujeito subserviente ao tempo no anúncio dos anos 1970 transita para uma forma-sujeito contemporizado, afinado com os usos do tempo, no âmbito do anúncio dos anos 2000. A partir dessas observações e considerando as respectivas condições sócio-históricas, compreende-se a representação do tempo no primeiro anúncio como um *discurso intransigente*, objetivo e disciplinar, inscrito em uma FD cujas relações de

sentidos mobilizam os sujeitos pela submissão à inexorável marcha do tempo; já no segundo, compreende-se que seja um *discurso transigente*, que trabalha a possibilidade, ainda que momentânea, de descontinuação do regime determinativo, concedendo ao sujeito certa autonomia sobre seu próprio tempo. O relógio continua a sugerir controle, previsibilidade e estabilidade, mas também indica melhor aproveitamento do tempo. Este trabalho encontra, portanto, sinais de ruptura, mas também de manutenção, pois ainda se vive em uma formação social capitalista, em que o controle temporal é preponderante para o desenvolvimento das atividades produtivas. Contudo, pelo menos na representação do segundo anúncio, a observância por meio da repetição de gestos e da rememoração ininterrupta das atividades com que se está comprometido divide espaço com tentativas de (des)submissão à Lei e às leis como diz Mariani (2009), tal é a forma como certos discursos insistem em organizar para o sujeito seu “estar-no-mundo” (p. 50). Por isso se verifica que temporalidades não podem ser simplesmente impostas sem que haja também processos contrários, capazes de originar novas discursividades. Tais deslocamentos, pela perspectiva assumida neste estudo, indicam modificações na forma dos sujeitos lidarem com o tempo e de procederem no mundo.

A publicidade acompanha essas movimentações. Altera seu enfoque para melhor se adaptar às mudanças ao seu redor, mostrando a flexibilidade e fluidez de seus discursos, sua língua de vento, tal como no entender de Pêcheux. Por isso, acredita-se ter notado o seu duplo papel: de testemunha e de agente, que ao acompanhar transformações se torna também canal de difusão destas. Manifestando as novas relações do tempo no âmbito social, a publicidade confirma a percepção de Harvey, que a enxerga como um formidável ponto de contato entre o sujeito e as referidas alterações, pois consegue formar um ambiente de circulação de discursos rapidamente adaptados (p. 259).

Apesar de se haver percebido como o tempo é intrinsecamente suscetível de modulações, de sofrer o manejo sintático-discursivo a fim de representar na formulação a devida discursividade que materializa a concretude das relações sociais, constata-se uma instabilidade, o que se arrisca a pensar como uma “imprecisão” entre o cronológico e o discursivo, como se todo discurso sobre o tempo convivesse invariavelmente com a existência de um impossível específico a esta dimensão, algo como um real sobre o tempo, em sua incompletude necessária aos sentidos.

Isso demonstra que o tempo realmente não pode ser tomado como natural, mas antes um construto, conclusão que permite afirmar a existência de uma gestão do tempo. Para apreender como ela se dá, é preciso um gesto de leitura como o que aqui foi praticado, que supere interpretações literais para se aproximar da deriva dos sentidos.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Revelados (e desvelados) manejos e representações nos anúncios publicitários de relógios, restituiu-se a historicidade que condiciona o voo do tempo em seus discursos.

Percebeu-se que as concepções sobre o tempo não podem ser tomadas como arbitrárias, senão para os próprios sujeitos, pois decorrem de experiências historicamente determinadas. São discursos-outros, já-ditos, recortes de memória que amparam os dizeres dos anúncios, sustentando efeitos de sentido sobre o tempo que materializam, organizam e legitimam práticas tendencialmente ligadas a lógicas econômicas e relações de poder. A Análise do Discurso foi decisiva para se conseguir acessar a constituição desses processos em cada anúncio, demonstrando como filiações ideológicas, com o acréscimo necessário do imaginário, fazem valer certos direcionamentos.

Assim, naquilo que foi observável por meio do dispositivo construído, as representações do tempo intradiscursivamente superam a dimensão de cômputo e interdiscursivamente o elaboram de maneira diretiva, dissimulando definições a respeito do tempo que o sujeito vive pela figura do relógio. Desse modo, conforme diz Foucault “o tempo penetra o corpo, e com ele todos os controles minuciosos do poder” (p. 151).

Foram identificados mecanismos linguístico-históricos contribuintes para o publicitário elaborar sua peça, mas que deixam perceber intervenções de diversas ordens e fatores, sobre as quais vem a se assentar a estratégia publicitária. Por isso, parece haver ficado claro que na publicidade operam representações já em funcionamento no interior de conjuntura histórica, sendo inevitável, portanto, a transposição de certos saberes, valores, ainda que trabalhados de modo particular, conforme o fazer persuasivo. Nessa transferência, conecta-se ao mundo social, produzindo manifestações bem articuladas ao que acontece na concretude da existência dos sujeitos. Uma relação tão próxima que a torna um produtivo sítio de significância (Orlandi, 1993), por onde se pode compreender processos de identificação, sob o aporte ideológico e imaginário e das contingências de cada produção. Existindo transformações no discurso sobre o tempo, que alteram a própria experiência dos sujeitos, o anúncio não fica indiferente, mostrando que a publicidade como representação do social também merece que se lute por ela⁷⁴. A propósito, destaca-se o esclarecedor diálogo com Pêcheux, nos eventuais textos em que refletiu diretamente sobre a propaganda e sua circunscrição às formas sócio-históricas.

⁷⁴ Parafraseando capítulo do livro de Pêcheux e Gadet, *A língua inatingível*.

Sobre o percurso teórico é possível avaliar que os autores recobrados contribuíram de forma decisiva para a produtividade das análises desenvolvidas. A preocupação desde o início do estudo era conseguir uma confluência de conhecimentos sobre os modos de apreensão e tratamento da temporalidade, de modo a superar os sentidos objetivos obtidos a partir das inferências sobre fenômenos naturais. As reflexões, advindas de diferentes perspectivas, enriqueceram a proposta do estudo, mesmo quando se fez necessário o alinhamento aos pressupostos da AD como no caso do trabalho de Fiorin, cuja válida indicação de que os discursos estão submetidos à temporalidade, precisou ser complementada pela noção de historicidade de modo a se entender como se molda para os sujeitos a relação entre o que é da ordem da linguagem e da ordem do mundo. Cabe também uma menção ao reconhecimento da categoria intemporal, designada por Castells como predominante na contemporaneidade, e que pelos resultados das análises pode ser considerada com certo comedimento, pois mesmo se os sujeitos não vivem temporalidades indiferenciadas, pode ocorrer a negação a certas modalidades de tempo por conta de determinados ritmos e condutas.

O percurso teórico em âmbito discursivo, em certa medida, acompanhou o próprio desenvolvimento conceitual e procedimental da AD, ainda de que forma breve e gradual, pela mobilização de noções basilares ao discurso. Mostrando que o dizível sobre o tempo deve ser recuperado em suas incongruências diante da língua, ou quem sabe, em suas convenientes congruências que tentam validar e manter relações de poder.

Acredita-se que o êxito deste estudo esteja em mostrar que o objeto relógio de pulso recebe uma investimento de significação acima da função de registro e (de)marcação numérica, sendo relacionado à sanção de durações e ritmos, à construção de percepções individuais e coletivas, deflagrando identificação ou desidentificação. As transformações na representação indicam mudanças nos usos e nos valores atribuídos ao tempo, demonstrando não somente a possibilidade, mas a necessidade de se procurar compreender melhor os processos envolvidos em certas concepções. Entende-se que os anúncios possibilitam observar significados que confrontam a percepção humana, concorrendo para a significação de suas práticas e colaborando para fomentar as sensações pelas quais se veem acometidos, entre elas a que iniciou a problematização⁷⁵ do presente estudo, apontando a incontornável contradição entre a linguagem e a história. Porém, é evidente, se assim pode ser dito, que a

⁷⁵ A percepção originária deste trabalho — ninguém mais tem tempo para ler textos longos — que estaria afetando a atividade publicitária, especificamente a do redator, e que parece ter tido sua vigência atestada, pelo menos comparando os dois anúncios, já que o exemplar dos anos 2000 apresentou menos linhas de texto em relação ao anúncio dos anos 1970. Certamente, não se pode tecer uma generalização, mas não deixa de ser uma exemplar “coincidência”.

existência de um parâmetro para o tempo pelo qual tudo adquire um *status* mecanicamente calculável, não consegue dar conta do que só pode funcionar por meio de engrenagens históricas.

Encerra-se este estudo, mas não a discussão que o permeou. Aliás, ela se prolonga e ganha outros contornos pela convicção de que, ao se atentar para como o tempo é instituído, surpreende-se condições geradoras das formas de perceber sua passagem que confrontam a significação igualitária e padronizada de um instrumento como o relógio. Dito, ou melhor, questionado de outro modo, em uma releitura do equívoco fundamental⁷⁶ no direito burguês que comenta Pêcheux em *Semântica e Discurso*, seria afinal o tempo mais igual para alguns sujeitos do que para outros?

⁷⁶ “Todos os homens são iguais, mas há alguns que o são mais que outros” (PÊCHEUX, 1995a, p. 27).

8. REFERÊNCIAS

- AUGÉ, Marc. *Não Lugares: Introdução a uma antropologia da sobremodernidade*. São Paulo: Papirus, 1994.
- _____. Sobremodernidade: do mundo tecnológico de hoje ao desafio essencial do amanhã. In: MORAES, Dênis de (org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. 99-117.
- BAUMAN, Zygmund. *O Mal-Estar da Pós-Modernidade*. (Mauro Gama e Claudia Martinelli Gama, trad.). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- _____. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- CARRASCOZA, João Anzanello. *A evolução do texto publicitário*. 8. ed. São Paulo: Futura, 2004.
- _____. *Razão e sensibilidade no texto publicitário*. 2. ed. São Paulo: Futura, 2007.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.
- _____. *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Fundação Calouste Gulbenkan: Lisboa, 2003.
- CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*. 2. ed. (Guy Reynaud, trad.). Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- COMO FAZER FOTOS COM MOTION BLUR. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/10322-fotografia-como-fazer-fotos-com-motion-blur.htm#ixzz2J7TXaxRK>>. Acesso em: 23.01.2013.
- COURTINE, Jean-Jacques. O Chapéu de Clémentis. Observações sobre a memória e o esquecimento na enunciação do discurso político. (Marne Rodrigues de Rodrigues, trad.). In: INDURSKY, Freda; LEANDRO FERREIRA, Maria Cristina. (Orgs.). *Os múltiplos territórios da análise do discurso*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1999. p. 15-22.
- _____. Os deslizamentos do espetáculo político. In: GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.). *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003. p. 21-34.
- _____. O Tecido da memória: algumas perspectivas de trabalho histórico nas ciências da linguagem. In: *Revista Polifonia*, Cuiabá, EdUFMT, V. 12, N. 2, p. 1-13, 2006.
- _____. Discursos sólidos, discursos líquidos: a mutação das discursividades contemporâneas. (Carlos Piovezani trad.). In: SARGENTINI, Vance e GREGOLIN, Maria do Rosário (Orgs.). *Análise do Discurso*. Heranças, métodos e objetos. São Carlos: Ed. Claraluz, 2008.
- _____. *Análise do discurso político*. O discurso comunista endereçado aos cristãos. São Carlos: EdUFSCar, 2009.
- DUFOUR, Dany-Robert. *A arte de reduzir as cabeças: sobre a nova servidão na sociedade ultraliberal*. (Sandra Regina Felgueiras, trad.). Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2005.
- ERNST-PEREIRA, Aracy. A falta, o excesso e o estranhamento na constituição/interpretação do *corpus* discursivo. In: IV SEAD – Seminário de Estudos em Análise do Discurso, 2009, Porto Alegre. *Anais*. UFRGS, 2009. Disponível em: <<<http://www.discurso.ufrgs.br/anaisdosead/4SEAD/SIMPOSIOS/AracyErnstPereira.pdf>>> Acesso em: 03.12.2011.

FIORIN, José Luiz. *As astúcias da enunciação*. As categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Editora Ática, 1996.

FONSECA-SILVA, Maria da Conceição. Mídia e lugares de memória discursiva. In: FONSECA-SILVA, Maria da Conceição; POSSENTI, Sírio (Orgs.). *Mídia e rede de memória*. Vitória da Conquista: Edições Uesb, 2007.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*: Nascimento da prisão. 36. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

GOMES, Neusa Demartini. *Publicidade*: comunicação persuasiva. Porto Alegre: Sulina, 2003.

GOMES, Pedro Gilberto. *Tópicos de teoria da comunicação*. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 1997.

GONÇALVES, Elizabeth Moraes. *Propaganda e linguagem*: análise e evolução. São Bernardo do Campo: Editora da Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

GONDAR, Jô. Winnicott, Bergson, Lacan: tempo e psicanálise. *Ágora*: Estudos em Teoria Psicanalítica. Vol. 9. N.1 Rio de Janeiro Jan./Jun. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-14982006000100008&lng=en&nrm=iso> Acesso em: 5.01.2013.

GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.). *Discurso e mídia*: a cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003.

_____. Discurso, história e a produção de identidades na mídia. In: FONSECA-SILVA, Maria da Conceição; POSSENTI, Sírio (Orgs.). *Mídia e rede de memória*. Vitória da Conquista: Edições Uesb, 2007.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna*: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. (Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves, trad.). 9. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

INDURSKY, Freda. *A fala dos quartéis e as outras vozes*. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.

DECRETO-LEI N.º 5.452. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm>. Acesso em: 7 de fevereiro de 2012.

LEANDRO-FERREIRA, Maria Cristina. (coord.). *Glossário de termos do discurso*. Projeto de pesquisa A aventura do texto na perspectiva da teoria do discurso: a posição do leitor-autor. Porto Alegre: UFRGS, 2001.

_____. A ciranda dos sentidos. In: ROMÃO, Lucília Maria Souza; GASPAR, Nádea Regina (Orgs.). *Discurso midiático*: sentidos de memória e arquivo. São Carlos: Pedro & João Editores, 2008.

LEON, Ethel. *Design brasileiro*: quem fez, quem faz. Rio de Janeiro: Senac, 2005.

MARCONDES FILHO, Ciro (org.). *Pensar-pulsar*. Cultura comunicacional, tecnologias, velocidade. São Paulo: Edições NTC, 1996.

MARIANI, Bethania. Sujeito e discursos contemporâneos. In: INDURSKY, Freda; LEANDRO-FERREIRA, Maria Cristina; MITTMANN, Solange (Orgs.). *O discurso na contemporaneidade: materialidades e fronteiras*. Anais do IV SEAD – Seminário de Estudos em Análise do Discurso. Porto Alegre, 2009. Disponível em: <<<http://issuu.com/prazeremler/docs/contemporaneidade>>>. Acesso em: 13 de novembro de 2012.

MARTON, Scarlet. *Trabalho*. 2008. Disponível em: <<<http://www.cpfcultura.com.br/estrategias/#!/selecao>>>. Acesso em: 15.11.12.

MAZIÈRE, Francine. *A análise de discurso*. História e práticas. (Marcos Marcionilo, trad.). São Paulo: Editora Parábola, 2007.

MELMAN, Charles. *O homem sem gravidade*. Gozar a qualquer preço. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2008.

MOREIRA, Claudete Oliveira. Tempo livre, lazer e consumo na sociedade urbana contemporânea, segundo os gêneros. In: GAMA, Antônio; Santos, Norberto Pinto dos. *Lazer*. Da libertação do tempo à conquista das práticas. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2008.

NUNES, José Horta. Leitura de arquivo: historicidade e compreensão. In: II SEAD – Seminário de Estudos em Análise do Discurso, 2005, Porto Alegre. *Anais*. Porto Alegre: UFRGS, 2009. Pdf. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/analisedodiscurso/anaisdosead/2SEAD/SIMPOSIOS/JoseHortaNunes.pdf>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2012.

ORLANDI, Eni P. A incompletude do sujeito e quando o outro somos nós? In: ORLANDI, E. (at al). *Sujeito e texto*. Cadernos PUC, São Paulo: Unicamp, 1988, p 6-16.

_____. (et al). *Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional*. Campinas: Pontes, 1993.

_____. *Gestos de leitura*. Da história no discurso. Campinas: Editora da Unicamp, 1994. p. 280.

_____. Efeitos do verbal sobre o não-verbal. In: *Revista Rua*. Campinas, nº 1, mar. 1995. Disponível em: <<<http://www.labeurb.unicamp.br/rua/pages/home/lerPagina.rua?id=23>>>. Acesso em: 10 de abril de 2013.

_____. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. 5. ed. Campinas: Pontes, 2003.

_____. *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. 4. ed. Campinas: Pontes, 2004.

_____. *O Sujeito Discursivo Contemporâneo: um exemplo*. In: II SEAD – Seminário de Estudos em Análise do Discurso, 2005, Porto Alegre. *Anais*. UFRGS, 2005. Disponível em: <<<http://www.ufrgs.br/analisedodiscurso/anaisdosead/2SEAD/CONFERENCIA/EniOrlandi.pdf>>>. Acesso em: 22.04.2012.

_____. *A linguagem e seu funcionamento*. As formas do discurso. 6. ed. Campinas: Pontes, 2007a.

_____. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. 6. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2007b.

_____. Ler Michel Pêcheux hoje. In: *Análise de discurso*. Campinas: Pontes Editores, 2011.

- PÊCHEUX, Michel. *O discurso*. Estrutura ou acontecimento. Campinas: Pontes, 1990.
- _____. Análise Automática do Discurso (AAD-69). In: GADET, Françoise; HAK; Tony (Orgs.). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. (Bethania S. Mariani, et al, trad.). Campinas: Editora da UNICAMP, 1993a. p. 61-162.
- _____; FUCHS, Catherine. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas. In: GADET, Françoise; HAK; Tony (Orgs.). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. (Bethania S. Mariani, et al, trad.). Campinas: Editora da UNICAMP, 1993b. p. 163-253.
- _____. Ler o arquivo hoje. In: ORLANDI, Eni P. (Org.). *Gestos de Leitura*. Da história no discurso. Campinas: Editora da UNICAMP, 1994. p. 55-66.
- _____. *Semântica e discurso*. Uma crítica à afirmação do óbvio. (Eni Pulcinelli Orlandi, et al, trad.). 2. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1995a.
- _____. Só há causa daquilo que falha ou o inverno político francês: início de uma retificação. In: *Semântica e discurso*. Uma crítica à afirmação do óbvio. (Eni Pulcinelli Orlandi, et al, trad.). 2. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1995b.
- _____. Uma teoria científica da propaganda. In: *Semântica e discurso*. Uma crítica à afirmação do óbvio. (Eni Pulcinelli Orlandi, et al, trad.). 2. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1995c.
- _____; GADET, Françoise. *A língua inatingível*. (Bethania S. Mariani e Maria Elizabeth Chaves de Mello, trad.). Campinas: Pontes, 2004.
- _____. Ideologia aprisionamento ou campo paradoxal? In: *Análise de discurso*. Campinas: Pontes Editores, 2011a.
- _____. Língua, linguagens, discurso. In: *Análise de discurso*. Campinas: Pontes Editores, 2011b.
- _____. Foi propaganda mesmo que você disse? In: *Análise de discurso*. Campinas: Pontes Editores, 2011c.
- _____. Análise sintática e paráfrase discursiva. In: *Análise de discurso*. Campinas: Pontes Editores, 2011d.
- PIEDRAS, Elisa Reihardt. *A articulação da publicidade com o mundo social: a constituição do fluxo publicitário nas práticas de produção e de recepção*. Dissertação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.
- _____. *Publicidade, imaginário e consumo: anúncios no cotidiano feminino*. Tese. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.
- PONDÉ, Luiz Henrique. *Diagnóstico do mundo moderno*. 2008. Disponível em: <<http://www.cpfcultura.com.br/estrategias/#!/selecao>>. Acesso em: 14.11.12 às 12h39.
- QUEVEDO, Marchiori Quadrado de. *Do gesto de reparar a(à) gestão dos sentidos*. Um exercício de análise da imagem com base na Análise de Discurso. Dissertação. Universidade Católica de Pelotas, Programa de Pós-graduação em Letras, Pelotas, 2012.
- SANT'ANNA, Armando. *Propaganda: teoria, técnica e prática*. São Paulo: Pioneira, 1998.
- SILVA, Renata Silveira da. *O tempo discursivo na constituição do imaginário do trabalhador no discurso da CUT*. Tese. Universidade Católica de Pelotas, Programa de Pós-graduação em Letras, Pelotas, 2010.
- SLOW FOOD BRASIL. Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/>>. Acesso em: 10.02.2013.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna*. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Editora Vozes, 1995.

_____. *A mídia e a modernidade*. Uma teoria social da mídia. (Wagner de Oliveira Brandão, trad.). 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

TIPOS DE RELÓGIOS. Disponível em: <<http://www.mundodosrelogios.com>>. Acesso em: 02.11.12.

VARGAS, Rejane Maria Arce. Dizeres que não voltam mais??? Questionamentos sobre a questão da filiação dos sentidos. *Revista Letras*. Santa Maria, RS, n° 37, jul./dez. 2008. Disponível em: <http://w3.ufsm.br/revistalettras/artigos_r37/artigo12.pdf>. Acesso em: 01 out. 2011.

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. (José Marcos Mariani de Macedo, trad.). São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

ZOZZOLI, Jean-Charles. O contexto da propaganda nas teorias da comunicação: emergência da publicidade contemporânea e alicerces de suas principais feições teóricas. In: PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (Orgs.). *Hiperpublicidade: fundamentos e interfaces*. São Paulo: Thomson Learning, 2007.