

## **O texto e seu contexto: as condições de produção do viés consumista impresso nas leituras de uma “casa” imaginada.**

Bruna Sola Ramos<sup>1</sup>

Eixo Temático: A idéia parecia boa, mas não deu muito certo. Da próxima vez...

### **Resumo**

Este texto busca compreender as condições de produção do viés consumista impresso nas representações de “casa” construídas pelos alunos com os quais realizamos uma proposta de pesquisa participante numa escola pública do município do Rio de Janeiro. Recorrendo a Bakhtin (1999), percebemos que a compreensão do discurso (texto) envolve não apenas a identificação dos sistemas e sinais normativos da língua, mas, sobretudo, dos subtextos e das intenções nele não explicitadas. Dessa forma, para não nos arriscarmos a uma leitura apressada que se volta apenas para os impactos do movimento consumista que a todos nos submete na contemporaneidade, buscamos explicitar as condições que envolveram a realização da atividade proposta aos alunos. Nesse sentido, foram consideradas as intenções estabelecidas no planejamento da atividade; as negociações constituídas entre pesquisadores e alunos para a realização da atividade e o jogo de sentidos criado a partir dos textos trabalhados e dos materiais disponíveis para a colagem. Tais fatores configuraram um quadro de relação intrínseca casa/consumo que influenciou as representações por eles construídas.

### **Considerações iniciais**

“A cidade de Leônia refaz a si própria todos os dias: a população acorda todas as manhãs em lençóis frescos, lava-se com sabonetes recém-tirados da embalagem, veste roupões novíssimos, extrai das mais avançadas geladeiras latas ainda íntatas, escutando as últimas lengalengas do último modelo de rádio. (...) Mais do que pelas coisas que todos os dias são fabricadas vendidas compradas, a opulência de Leônia se mede pelas coisas que todos os dias são jogadas fora para dar lugar às novas. Tanto que se pergunta se a verdadeira paixão de Leônia é de fato, como dizem, o prazer das coisas novas e diferentes, e não o ato de expelir, de afastar de si, expurgar uma impureza recorrente. (...) O resultado é o seguinte: quanto mais Leônia expele, mais coisas acumula; as escamas do seu passado se solidificam numa couraça impossível de se tirar; renovando-se todos os dias, a cidade conserva-se integralmente em sua única forma definitiva: a do lixo de ontem que se junta ao lixo de anteontem e a de todos os dias e anos e lustros”.

Ítalo Calvino, *As cidades invisíveis*

Como uma das cidades ficcionais de Calvino (2003), Leônia dota-se de uma realidade surpreendente ao exibir imagens da sociedade de consumo na qual nos vemos

---

<sup>1</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Educação da UERJ (sob orientação da Prof.<sup>a</sup> Raquel Goulart Barreto); bolsista FAPERJ; integrante do Grupo de Pesquisa Educação e Comunicação.

imersos na contemporaneidade. Dedicada à produção e aquisição de bens de consumo cada vez mais diversificados, erguendo “o valor da novidade acima do valor da permanência” (Bauman, 2008, p. 111), tal sociedade move duas ações essenciais à sua manutenção. A primeira diz respeito à obsolescência planejada de objetos e artefatos, especialmente os eletrônicos, garantindo que os novos produtos já nasçam predestinados à pronta substituição. A segunda relaciona-se à criação das necessidades de uso dos produtos a consumir, amplamente difundidas por meio de propagandas e outras estratégias midiáticas. Esses dois movimentos nos permitem assistir na atualidade ao “desabrochar” de binômios que relacionam excesso e desperdício, descarte e substituição de uma forma jamais vista em nenhuma outra sociedade.

De fato, não há como negar que o consumo se faz indispensável na vida dos cidadãos, cumprindo diferentes funções sociais. Contudo, o que se coloca em pauta é uma discussão sobre o montante, os significados e as conseqüências desse consumo que, na sociedade atual, se tornou desenfreado. Há que se pensar, por exemplo, no limite ambiental, um dos mais importantes limites da cultura do consumo. Dados fornecidos pela ONU dão conta de um descarte anual de 50 milhões de toneladas de resíduos tecnológicos, entre eles computadores, celulares, eletroeletrônicos e eletrodomésticos. O que fazer com todo esse lixo eletrônico pouco se discute. Que riscos esse descarte oferece ao meio ambiente, tampouco. Assim como em Leônia, “ninguém se pergunta para onde os lixeiros levam os seus carregamentos” (Calvino, 2003, p.110).

Bauman (1998, 2008), sociólogo que tem se dedicado ao estudo da chamada pós-modernidade, nos oferece uma visão interessante sobre a “era do consumo”. Destituídos de nossa posição de produtores, tornamo-nos consumidores individualizados por nosso poder de compra, o que nos garante a medida de uma vida bem-sucedida. Com isso, o ato de consumir acabou se tornando um fator importante de construção de representações sociais. Através do que consome, o indivíduo pode se posicionar e se diferenciar dentro da sociedade, tendo seu status, e até mesmo sua identidade, definidos por meio de sua capacidade de consumo.

Nesse cenário, uma perversa realidade se impõe: a sedução exercida pelo mercado consumidor ao mesmo tempo em que iguala, aparta. Igual, na medida em que dispara indiscriminadamente em todas as direções através dos meios de comunicação seus impulsos sedutores. Aparta, quando estimula o hiato entre os que desejam consumir e os que efetivamente podem satisfazer seus desejos.

Recentemente, presenciamos um reflexo da sedução exercida pelo mercado consumidor entre as crianças com as quais realizamos uma proposta de pesquisa participante numa escola pública do município do Rio de Janeiro. A atividade, pautada no entendimento das condições de produção de sentidos denotativos e conotativos, foi desenvolvida a partir de dois textos que tratavam de um mesmo tema: a casa. Como vemos transcritos abaixo, dois anúncios contendo as informações sobre uma casa colocada à venda na seção de classificados de um jornal foram paralelamente trabalhados com a leitura cantada de “A casa”, letra escrita por Vinícius de Moraes para a canção que ganhou, na geração contemporânea, novo ritmo e estilo.



CASA - Vila Isabel – R\$50.000,00. Sala, 2 quartos, vaga de garagem. R. Torres Homem, esquina com Silva Pinto.



CASA – Piedade – Rua Manuel Murтинho. ENTRE AV. SUBURBANA E RUA GOIÁS. CASA DUPLEX, DESOCUPADA, 2 quartos, COND. FECHADO, VAGA CONDOMÍNIO E ÓTIMA LOCALIZAÇÃO. R\$ 45.000,00. Área de 70m².

## A Casa

*Vinicius de Moraes*

Era uma casa  
Muito engraçada  
Não tinha teto  
Não tinha nada  
Ninguém podia entrar nela, não  
Porque na casa não tinha chão  
Ninguém podia dormir na rede  
Porque na casa não tinha parede  
Ninguém podia fazer pipi  
Porque penico não tinha ali  
Mas era feita com muito esmero  
Na rua dos Bobos  
Número zero.

Como produção textual, os alunos foram estimulados a representar, por meio de colagens, a “casa” pensada em seu sentido mais comum, literal, e em seu sentido mais poético, figurado, livremente imaginado. Trabalhando a polissemia constitutiva da linguagem, temos procurado alargar a concepção de texto, ou seja, para além do

estritamente verbal e normalmente presente nos materiais didáticos. Em decorrência do entendimento do texto como unidade de significação, percebemos a leitura não como mera decodificação ou oralização, mas como um processo de produção de sentidos, assumindo que a compreensão é relativa e que há possibilidade de construção de múltiplos significados interpretativos.

Com a dinâmica da “casa” proposta aos alunos, buscamos ampliar os sentidos do referente, mostrando que uma mesma palavra, expressão ou idéia pode assumir sentidos diversos, sejam eles concretos ou imaginados, dependendo do contexto e da forma com que são empregados. Esperávamos que os alunos compreendessem que a partir de elementos concretos (denotativos), a imaginação, articulada ao campo simbólico e cultural, pode construir outras realidades, próprias de interpretações subjetivas ou pessoais (conotativas).

Acompanhando o desenvolvimento das colagens, fomos surpreendidos pelos sentidos de “casa” construídos pelos alunos. O que nos chamou a atenção é que o viés consumista se concretizou nas representações das casas por eles imaginadas, conforme observado nas produções abaixo.



Como se pode perceber a partir das colagens, a tônica consumista foi responsável pelo formato dado aos textos construídos. A idéia de “casa” para os alunos mostrou-se inicialmente atrelada à noção de conforto, luxo, lazer e à possibilidade de se

adquirir bens de consumo que garantam destaque social. Isso nos faz pensar que o distanciamento entre os sentidos desejados e a possibilidade de sua realização, apontados por Bauman (1998, 2008), pode se materializar num instrumento de construção denotativa, dando a impressão da supressão das marcas da conotação. Na referida cena, a casa construída no imaginário dos alunos está diretamente atrelada aos sentidos aprisionados na “era do consumo”.

Contudo, ao não considerarmos as condições de produção dos textos elaborados pelos alunos, arriscamo-nos a uma leitura apressada que se volta apenas para os impactos do movimento consumista que a todos nos submete na contemporaneidade. Longe de excluirmos a importância dessa análise no escopo deste trabalho, já anteriormente demonstrada, procuraremos explicitar as condições que envolveram a realização da atividade proposta aos alunos. Como veremos a seguir, estas condições influenciaram sobremaneira o processo de produção textual, marcado pela tônica do consumismo, interferindo nos objetivos propostos e nos resultados encontrados.

### **Entendendo as condições de produção do (con)texto**

Para situarmos a importância da relação que o texto estabelece com seu contexto de produção, recorreremos a Bakhtin (1999), filósofo da linguagem que pensa o homem a partir de uma perspectiva radicalmente social, portanto, apreendido na e pela interação, e envolto na complexa rede de relações sociais das quais constantemente participa. A partir de suas concepções, compreendemos que a linguagem, constituída pela produção e recepção de significados, tem dimensões dialógicas e ideológicas determinadas historicamente.

Não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis. A palavra está sempre carregada de um conteúdo e um sentido ideológico e vivencial. (Bakhtin, 1999, p.95).

Dessa forma, para compreender o discurso (que amplamente pode se materializar num texto falado, escrito, imagético, icônico ou gestual), o contexto precisa ser claramente explicitado. Essa compreensão implica não apenas a identificação dos sistemas e sinais normativos da língua, mas, e sobretudo, dos subtextos e das intenções

nele não explicitadas. É justamente o contexto extraverbal que determina o significado da comunicação, tornando-a inteligível para o interlocutor.

Ao se propor a estudar a linguagem como enunciação e esta como o produto da interação entre indivíduos socialmente organizados, Bakhtin confere ao interlocutor um papel central. Em uma mesma cena enunciativa, os interlocutores interagem por meio de uma negociação constante, negociação que se faz inserida em um evento social marcado por um contexto concreto de enunciação. Há, portanto, o primado do intertexto sobre o texto, o que não significa uma sobreposição do social ao individual, mas um processo interativo, essencialmente dialógico, no qual tem lugar uma construção conjunta de sentidos.

Baseando-nos no referencial teórico bakhtiniano, podemos entender que os textos produzidos pelos alunos no trabalho de representação dos sentidos denotativos e conotativos do enunciado/conceito “casa”, marcado pelo viés consumista impresso nas colagens, não pode ser desvinculando das condições de produção textual, ou seja, do contexto extraverbal, determinado essencialmente: 1) pelas intenções estabelecidas no planejamento da atividade; 2) pelas negociações constituídas entre pesquisadores e alunos para a realização da atividade; 3) pelo jogo de sentidos criado a partir dos textos trabalhados e dos materiais disponíveis para a colagem. Vamos analisar brevemente cada uma dessas situações.

### **1) O planejamento: a atividade e seus objetivos**

O objetivo principal da atividade estava relacionado ao trabalho sobre as condições de produção de sentidos denotativos e conotativos. Para isso, pensamos em demarcar a diferença entre ambas as construções a partir do emprego de um mesmo referente, abordado a partir de uma descrição objetiva/referencial, mais restrita (denotativa) e outra, poética, mais ampla, figurativa (conotativa). Ao planejarmos a atividade, a “casa” nos pareceu um referente interessante pela possibilidade de concretizar os diferentes sentidos que assume nos dois tipos de gêneros discursivos trabalhados: nos anúncios de venda e na poesia/música de Vinícius de Moraes. Não levamos em consideração, contudo, que a temática “casa”, que tem valor material muito exacerbado na sociedade em que se vive, seria um elemento motivador para que os alunos a representassem numa vertente, acima de tudo, consumista.

Como produção textual, propusemos a atividade de colagem, planejada para dinamizar a representação dos sentidos construídos pelos alunos a partir dos textos

trabalhados. Nossa intenção era perceber como o aluno representava a diferença de sentidos percebida (ou como representava sua não-percepção dessa diferença). Com o viés consumista impresso na grande maioria dos trabalhos produzidos, não nos foi possível observar se as diferenças no emprego do referente haviam sido efetivamente percebidas, o que, de certa forma, “frustrou” nosso planejamento.

## **2) Relação pesquisadores/alunos: as negociações para a realização da atividade**

Ao participarem de uma mesma cena enunciativa, há uma negociação de sentidos constante entre os diferentes interlocutores. Em uma situação de pesquisa de campo isso não é diferente. Várias foram as negociações realizadas desde o momento em que explicitamos para os alunos o trabalho a ser realizado. Talvez, a que mais nos interesse com relação à temática aqui discutida tenha sido a que se relacionou diretamente à produção textual, ou seja, aos sentidos negociados com os alunos para realização da colagem. Avaliando a maneira como apresentamos a proposta da atividade, e como esta foi recebida pelos alunos, percebemos que nossa própria fala pode ter levado a um entendimento que, de certa forma, tenha encaminhado para a questão do consumo. A certa altura, dissemos a eles que deveriam representar, através da colagem, a casa do “sonho”. O “sonho” a que nos referimos dizia da casa presente na imaginação, a casa poética, aquela que dá abrigo aos nossos sentidos inventados. Contudo, não levamos em consideração que em tempos de consumismo desenfreado o “sonho” talvez não seja mais representado pela capacidade de abstrair, imaginar e fantasiar, mas pela possibilidade de desejar aquilo que se conquista como mercadoria, com valor de uso e de troca.

## **3) Textos trabalhados e materiais disponíveis**

Duas outras condições de produção textual mostraram-se essenciais para compreendermos os resultados obtidos: os tipos de textos trabalhados e os materiais disponíveis para a realização da colagem.

A análise dos textos escolhidos para o trabalho é fundamental para se perceber a influência da perspectiva consumista aparente nas representações construídas. Vejamos por que. Em primeiro lugar, dinamizamos a discussão dos sentidos denotativos não apenas relacionados a uma casa concreta, mas a anúncios de venda de casas nos classificados de um jornal, inclusive com os valores requeridos para a compra. Com isso, demarcou-se uma relação denotativa casa/valor material.

Já o texto ligado à significação conotativa, a música “A casa”, se tornou conhecido pela juventude pop-rock contemporânea no Quadro Lar Doce Lar do Programa Caldeirão do Huck, quadro que garante os mais altos índices de audiência do programa. Uma vez ao mês é escolhida a carta de uma família que vive em uma casa com condições precárias. Normalmente as histórias das famílias são muito comoventes e elas precisam enfrentar um desafio e, caso tenham sucesso, garantem a reconstrução total da casa inteiramente paga pelo programa. *Quem não sonha em ter um lar perfeito?* Esse é o princípio que movimenta o quadro, difundindo entre nossos jovens a idéia de que a perfeição do lar está relacionada a uma casa que precisa ser reconstruída para atender aos exigentes padrões de conforto, lazer e consumo que marcam a contemporaneidade.

Por fim, é preciso explicitar que os materiais disponibilizados pela escola para a colagem, eram, em sua maioria, revistas que têm como foco a vida de pessoas famosas, com fotografias de suas casas requintadas e confortáveis ou de lugares que atendem a esses mesmos requisitos. Não é à toa que fotografias de mansões, paisagens exuberantes e bens de consumo foram tão frequentes nas representações de “casa” feitas pelos alunos.

Diante do exposto, podemos afirmar que os fatores destacados na análise apresentada constituíram-se como importantes condições de produção dos textos elaborados pelos alunos, configurando um quadro de relação intrínseca casa/consumo que influenciou as representações por eles construídas.

### **A corrente da imaginação criadora como um “desfecho” possível...**

“Ler um livro muito interessante pode ser *se atracar* a um livro, em gíria.  
Em linguagem figurada um livro grosso é um tijolo.  
Liberem-se essas ligações, o tijolo se transforma em nuvem”.

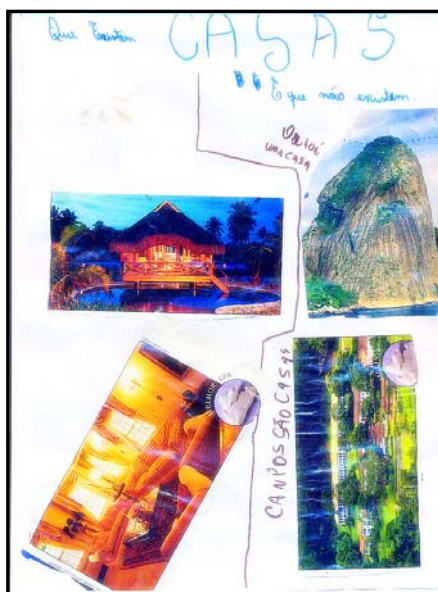
Daniel Pennac, Como um romance

O que nos permite tomar livros por tijolos e transformar tijolos em nuvens? Uma das respostas possíveis a este questionamento está justamente em perceber a leitura como encontro do sujeito com a pluralidade de textos, em seu universo subjetivo e inviolável de leitor, que lhe permite atribuir sentido ao texto, constituindo-o ao mesmo



tempo em que o transforma em algo novo. Com isso, livros, tijolos, nuvens e casas vão tomando formatos e sentidos outros que escapam aos tradicionalmente determinados.

As imagens abaixo nos falam disso. De imaginação criadora e de (re)construção de sentidos. Foram produzidas por uma única criança no mesmo contexto das outras imagens apresentadas, “encerradas” na lógica hegemônica do consumo. O que as diferenciam das demais? Talvez a possibilidade de “voar fora das asas”, assim como nos incita o poeta que se apraz em enlouquecer o verbo<sup>2</sup>. A partir delas, a percepção de que a casa não é necessariamente aquela determinada sob a égide do consumismo, mas uma casa em permanente construção na corrente de sua imaginação criadora.



CASAS

QUE EXISTEM E QUE NÃO EXISTEM  
O Rio é uma casa  
Campos são casas



O Mar é uma casa.  
A terra é uma casa.



Casa da Natureza

<sup>2</sup> Manoel de Barros.

## **Referências Bibliográficas:**

BAKHTIN, Mikhail. (VOLOCHINOV) *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar , 1998.

\_\_\_\_\_. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

CALVINO, Ítalo. *As Cidades Invisíveis*. Rio de Janeiro: O GLOBO; São Paulo: Folha de S. Paulo, 2003.