

DEBREAGENS E EMBREAGENS EM AÇÕES DE REALIDADE AUMENTADA

Sandro Tôrres de Azevedo
Doutorado/UFF
Orientadora: Lúcia Teixeira

A Semiótica Discursiva, enquanto arcabouço teórico vivo, não pode olvidar as vastas transformações que ora estão em curso e são protagonizadas pelas novas tecnologias digitais de informação e comunicação. Natural, pois, que se instaure nos celeiros dos semioticistas a preocupação de voltar boa parte de seu foco para os acontecimentos relacionados a esse momento já consensualmente designado por cibercultura.

Para além de uma apreensão tecnicista do momento atual, a lógica cibercultural inclui uma visada sobre a *atitude* dos sujeitos pós-modernos, considerando todos os aspectos que são relativos à percepção de si e do mundo na sociedade contemporânea (inclusive com o comparecimento de questões ligadas às chamadas sociedades de consumo, pós-industriais, pós-midiáticas etc.); e, portanto, diretamente ligada às condições de fazer e produzir sentido – especialmente em discursos construídos em ato e mediados por tecnologias digitais, o que nos instiga a reconhecer novas nuances relativas às “situações semióticas” (FONTANILLE, 2005) vivenciadas na atualidade.

É neste sentido que propomos a revista dos conceitos de *enunciação* e *categorias enunciativas* para confrontarmos as considerações teórico-metodológicas já estabelecidas com as circunstâncias que envolvem esses novos paradigmas tecnoculturais elencados acima, principalmente no que diz respeito a modos de representação e de projeção da categoria *pessoa* num momento em que as identidades se encontram completamente fragmentadas e os sujeitos experimentam a extensão de si para além de seus corpos físicos, tomando os dispositivos digitais como “próteses” que alargam suas experiências estéticas – incluindo nisso as tensões relativas à estesia e sinestesia.

De outra forma, nós, enquanto sujeitos da atividade discursiva (FIORIN, 2001: 31), capturados pela “máquina-rede”, somos levados a incorporar uma nova atitude enunciativa diante das circunstâncias multifacetadas facultadas pela velocidade numérica dos processadores computacionais, impactando indelevelmente a construção do sentido. E cremos que isso explica o nosso interesse em refletirmos mais sobre as instâncias de instalação de pessoa.

Metodologicamente, propomos um caminho que se inicia pelo reconhecimento dos parâmetros culturais contemporâneos – mormente sobreguiados pelas tecnologias digitais que marcam a cibercultura – que influenciam o reconhecimento de enunciados (em especial os textos visuais). Em seguida, a partir das perspectivas da semiótica visual, caminhamos pela análise do nosso corpus, a realidade aumentadaⁱ – aqui, tomamos uma ação desenvolvida para a marca de desodorantes “Linx” (no Brasil, o mesmo produto da empresa Unilever é conhecido como “Axe”), ocorrida em março de 2011, na estação de trens Victoria, em Londres/RUⁱⁱ.

Novas perspectivas para a semiótica visual

Desde quando a *interface gráfica do usuário* veio a substituir as linhas de comando das linguagens de programação informática – transformando uma operação inóspita em algo absolutamente trivial, permitindo a popularização e consequente desenvolvimento das tecnologias digitais –, lidamos com uma simulação visual-tátil de um ambiente simbólico de viabilidade semântica entre a cognição humana e o processamento informático (cf. JOHNSON, 2001) e construímos um contorno mais ou menos organizado de uma espacialidade que circunscreve as operações digitais que se desenrolam no monitor do computador. O “mouse”, por exemplo, veio a funcionar como uma “prótese” que estende a nossa mão para dentro da tela do computador, transformando o cursor numa parte de nós que toca e manipula os elementos do sistema de representação que a interface materializa. Se, numa primeira investida, apresentamos alguma dificuldade de coordenação motora nesse procedimento, logo desenvolvemos a capacidade percepto-cognitiva que nos habilita a operar com destreza os elementos deste universo extrafísico de semantização da informação digital. Desse ponto em diante, avanços tecnológicos como as telas sensíveis (*touchscreen*), redes *wi-fi* e móveis, sensores de movimento, sistemas de geolocalização etc. – e tudo isso em

sinergia –, simplesmente ampliaram a espacialidade da interface do ecrã do computador para recobrir todos os espaços naturais, sobrepondo o ciberespaço ao próprio espaço físico (cf. AZEVEDO, 2013), culminando no atual conceito de *cibercidade* (cf. LEMOS, 2003).

Diferente das coisas anteriormente inscritas em suportes planares de qualquer natureza, que se limitavam a expressar bidimensionalmente a semelhança entre o que era representado visualmente e a configuração do mundo natural, conforme postulou Greimas (2004: 75-96) ao refletir sobre a representação e a figuratividade na semiótica visual, atualmente, dadas as transformações elencadas logo acima, não é mais possível estabelecer uma distinção clara da fronteira que antes separava ambos sistemas. E se essa é a circunstância que envolve a produção de sentido na contemporaneidade, propomos novas perspectivas teóricas sobre o assunto – e o fazemos por inspiração do próprio Greimas, quando salienta que o reconhecimento daquilo que se representa se dá no âmbito da produção do significado, ou seja, no “nível do crivo de leitura comum ao mundo e aos artefatos planares” (*Ibidem*: 79).

Neste sentido, é preciso reconhecer que os parâmetros socioculturais que regem a Cibercultura – marcados pela nova e intensa presença nas tecnologias digitais de comunicação e informação (LEMOS, 2003) – apontam para novas perspectivas sobre o corpo (o que fenomenologicamente sente, experimenta), fazendo eclodir o ciborgueⁱⁱⁱ como paradigma da complexão humana na contemporaneidade, indicando a visão que ora propomos na medida em que norteia a assertiva de que as condições de produção da significação encontram-se alteradas porque o próprio corpo encontra-se redimensionado frente sua interação com os objetos do mundo. Isso se confirma ao constatarmos que:

O corpo sempre foi um constructo cultural e está imbricado no desenvolvimento da cultura. Nesse sentido, o corpo da cibercultura é um corpo ampliado, transformado e refuncionalizado a partir das possibilidades técnicas de introdução de micromáquinas que podem auxiliar as diversas funções do organismo (*Ibidem*: 7).

Em verdade, Marshall McLuhan (1974), desde a década de 1960, já havia formulado conceitos que tratam os meios de comunicação como extensões do homem. Embora sob um ponto de vista alheio aos refinamentos das tecnologias digitais, McLuhan erigiu alicerces teóricos que permitiram autores contemporâneos conjecturarem sobre imbricamentos profundos entre os dispositivos e seus operadores,

como é o caso da teoria proposta por Vinícius Pereira (2008) sobre a simulação do mundo pela “via tátil-propioceptiva-cinestésica”, que, a partir da profunda relação protética estabelecida entre usuários e tecnologias digitais, propõe que a visualidade encontra-se numa situação de interdependência com outros mecanismos de percepção (segundo o autor, em especial à propiocepção e a cinestesia^{iv}) para que daí se evidencie a experiência estética e, por fim, se formule o sentido que dela decorre.

Encontramos aderência entre a asserção de Pereira e os conceitos discutidos por Landowski em “Modos de presença do visível”, quando este afirma que o corpo é convocado para conferir sentido àquilo que é visual. Nas palavras do semiótico francês: “O olho vê, o corpo sente e levam a produção inteligível” (LANDOWSKI, 2004: 99).

Mas se, como propõe Landowski, há algo entre o sensível e o inteligível, tanto quanto cremos que, apesar dos suportes planares ainda se encontram submetidos a coerções que o diferem do mundo natural, a produção do sentido agora se dá de maneira diversa das possibilitadas anteriormente à Era Digital, pois há no interstício do sensível e do inteligível uma variável nova: enunciadores e enunciatários se “projetam” (não como um “duplo”, mas uma parte efetiva de si) para dentro do ciberespaço, ou seja, entram no espaço da informação e se instalam nas telas informáticas – o que “habita” o suporte e o que está fora dele se colocam em situação de intercâmbio e mistura – transformando o mundo natural e o virtual em espaços híbridos (AZEVEDO, Op.Cit.).

Vejamos, a título de exemplo e verificação dessas conjecturas, o caso da tecnologia de “realidade aumentada”.

Linx – semiotizando a visualidade da realidade aumentada

É preciso demarcar: vamos considerar a produção de sentido em ato que se estabelece na negociação de sentido entre a marca Linx (instância enunciativa) e os sujeitos transeuntes da estação de trens Vitória (instância enunciatária). Importante destacar que a enunciação em questão implica um *fazer conjunto*, organizado pelas trocas estabelecidas entre corpos sencientes e corpos sentidos (LANDOWSKI, 2009: 48-49). Portanto, estamos tratando de uma situação semiótica em que o regime de interação se caracteriza por uma união dos interlocutores que ocorre por “mediação tecnológica”, ou seja, o diálogo estabelecido entre os sujeitos da comunicação se dá

através do dispositivo imagético-informático que regula a ação de realidade aumentada: o telão, a câmera de vídeo e o software que organiza o “contato” entre a marca Linx e os indivíduos na estação.

Conforme é possível divisar no filme demonstrativo da situação em questão, vemos que, para a RA "funcionar", o interator precisa ficar em um certo ponto do saguão da estação (um quadrado preto com a estampa da embalagem do produto Linx inscrita em um círculo, além do comando: *look up* – “olhe para cima”); uma câmera ligada a um computador identifica a presença da pessoa no espaço determinado e, junto com a imagem capturada e projetada no telão disposto à frente e acima, surge um “anjo” na figura de uma mulher extremamente atraente e voluptuosa^v, que passa a interagir a partir de então com o sujeito enfocado. O que se passa no referido telão, enfim, é o que analisamos a seguir, valendo-nos do ponto de vista da Semiótica Plástica e seguindo os princípios metodológicos indicados por Lucia Teixeira (2008a).

De início, observando o percurso gerativo da interação entre os transeuntes e a marca Linx, num nível fundamental identificamos uma oposição básica de conteúdo entre imanência e transcendência. No plano de expressão, essa polarização se materializa na alteridade entre a presentificação de um personagem de uma campanha publicitária a partir do recurso tecnológico que faculta tal corporificação (imanência), de um lado, e o cerceamento do anjo ao âmbito do meramente possível enquanto ideia (transcendência), de outro. Dessa forma, percebemos uma euforia em relação ao imanente e, em contrapartida, uma disforia ao transcendente.

Em sobreposição ao nível mais profundo apontado, podemos localizar a interação num nível narrativo: (a) semanticamente, há um projeto de aquisição modalizado num *fazer participar*, com vistas a concretizar uma conjunção com um valor da ordem da *experiência*^{vi}; (b) sintaticamente, se forma um enunciado de fazer (a passagem da condição de inexperiência para a de experiência), o destinador manipula o destinatário por tentação (participe e surpreenda-se!), a ação envolve o ensaio inusitado de uma competência e de uma performance, que se constroem como que coordenadamente (já que o destinatário desenvolve exatamente no momento da transformação o senso perceptivo/cognitivo que articula/faculta a interação), para, enfim, ser premiado com a fascinação da experiência (a sensação que imprime a experiência sensível do destinatário) – ainda, é possível reconhecer a tecnologia

manifesta nos dispositivos digitais que desencadeiam a realidade aumentada como o adjuvante que colabora com o programa em curso.

No plano da expressão, a narrativa se configura numa superfície planar (telão) que se converte em arena da circunstância tátil-propioceptiva-cinestésica (em conformidade com o que foi visto mais acima), ampliando a plasticidade da cena para uma situação semiótica que convoca mais que o olhar, mas o corpo todo para a interpretação da linguagem visual manifesta. Essa é a condição para negociação que se processa na interação [marca Linx vs. potenciais consumidores transeuntes], e para ocorrer a modalização que daí se desencadeia. Em especial, notamos que a conjunção com o objeto-valor (experiência) é diretamente dependente da co-influência visual do transeunte (refletido na tela pela captura da câmera) com o anjo (personagem simulado pelo software).

Em nível discursivo, a narrativa é tematizada e figurativizada bem de acordo com o campo semântico-discursivo da campanha publicitária promovida pela marca enunciativa, cumprindo com uma isotopia que reitera justamente os temas e figuras e, conseqüentemente, o conceito da comunicação da marca (inscrito nas peças exibidas nas diversas mídias de massa, como a TV, jornal, revista, outdoor etc.). Daí, vemos o eu-enunciador (Linx) se projetar num evento que se utiliza de uma série de aparatos tecnológicos (o que consideramos a instância “narrador”) para, enfim, outra vez se projetar na imagem do “anjo” que aparece na tela (o interlocutor) e que, em verdade, é, nada mais, nada menos, que a figuratização do personagem principal da campanha publicitária em questão. Dessa maneira, o enunciador primeiro realiza uma debragem enunciativa (porque a marca Linx se apresenta como promotora do evento), para depois, internamente, produzir uma debragem enunciativa, porque o personagem simulado que aparece na tela e, enfim, surge como ator do discurso, é uma terceira pessoa, a qual o enunciador recorre e dá “vida”.

Do outro lado, o tu-enunciatário, o transeunte da estação de trens, e público-alvo da Linx, ao se dispor em participar da ação e adentrar o espaço de enquadramento e captura da câmera de vídeo, se desdobra num narratário, pronto a participar do programa narrativo, e, por força da ação tecnológica, se desdobrar em segundo nível, transformando-se num interlocutário no momento em que se vê representado por sua própria imagem no telão disposto a sua frente e, assim, interagir com o interlocutor (o anjo).

A partir dos direcionamentos dados por Lucia Teixeira (2008a), vemos a expressão que “dispara” o conteúdo discursivo da seguinte maneira:

1º) O *anjo* – o interlocutor se configura na forma de uma mulher sensual e extremamente bela segundo os padrões culturais contemporâneos reforçados pela mídia de massa. Esguia, magra, loira com madeixas compridas e aneladas, aparência juvenil mas com atitude despida de inocência, refletida na indumentária exígua, que deixa as pernas, os braços e o colo à mostra, enquanto, apertada ao corpo, revela as curvas assinaladas por andar atrevido.

Permanecem-lhe as asas da iconicidade angelical, já que o seu halo é drasticamente atirado ao chão, indicando a postura resoluta em negar sua divindade em função do “Linx effect”. Pele alvíssima em harmonia com os cabelos claros e em mínimo contraste com a veste prateada e as asas brancas, a imagem do anjo ganha luminescência, o que diminui os problemas com qualquer diferença cromática que venha a existir entre si e o cenário (de iluminação variada, segundo as fases do dia e da noite) constituído pela estação de trens.

Seu andar se enquadra no espaço que circunscreve o *box* com a logomarca Linx no chão, de modo a criar o efeito de sentido de *relação* que pretende estabelecer (de forma simulada) com o eventual interlocutário que ali se apresente. É um movimento concêntrico, que rodeia justamente para indicar uma possível interação em ajustamento, obrigando o tu-enunciário a “reagir” a sua investida – seja essa reação em si próprio, seja na sua imagem refletida desdobrada. Daí, sob a ótica que estamos seguindo, parece-nos que o aspecto topológico (mais precisamente os movimentos que se fazem nele) é crucial para a eclosão do sentido. Essa prerrogativa se reforça com a análise específica do interlocutário a seguir.

2º) O *transeunte* – sua forma varia tanto quanto o número de passageiros nos trens de Londres, impossibilitando que se delinieie um perfil eidético ou cromático estável. Porém, por outro lado, a topologia relativa ao interlocutário requer invariância, sob pena da ação de realidade aumentada não funcionar.

Isto significa que um traço de recorrência fundamental no processo interativo é definido pela posição que o tu-enunciário assume e lhe infere a condição de enquadrado no campo de filmagem da câmera, disponível para participação no evento em questão – o que indica um *querer fazer* conjunto.

Mais a frente, tratando das instâncias de instalação de pessoa, observamos mais aspectos relacionados a esse sujeito da comunicação, desenvolvendo perspectivas teóricas articuladas com o enquadramento aludido logo acima.

3º) O cenário / estação Vitória – as formas retilíneas e angulares e os tons acinzentados da estação inglesa são entrecortados de todas as maneiras pelo movimento dos passageiros que vem-e-vão em direções variadas, estampando curvas e matizes multifacetados que ambientam a cena investigada. Achamos importante salientar o cenário como um elemento particular do plano da expressão justamente por isso: esse movimento contínuo e desordenado (no sentido de que não obedece a uma ordem predeterminada) nos parece bastante relevante, pois vemos nisso uma correlação com os conceitos de *efemeridade* e *mobilidade* que estão presentes na orientação das subjetividades contemporâneas – algo que não só recobre os movimentos do sujeito pós-moderno, mas que envolve suas perspectivas e modos de ser. Indo além, vemos relação, então, entre o cenário e o próprio indivíduo que se apresenta como tu-enunciário do evento – pessoa múltipla; e entre o cenário e o eu-enunciador, que se apresenta numa ação publicitária que contribui para a “desorganização” dos trajetos dos cidadãos.

Notamos nesse ponto um destaque a se fazer: é claro que o interlocutário, em contato com um texto literário, por exemplo, já construía figuras de si que se colocavam em relação com o enunciado, mesmo que restritas a sua imaginação. Até num jogo de videogame, para recorrer a uma narrativa mais complexa (sincrética, inclusive), o interlocutário ganhava o contorno de uma figura, que, mais ou menos fantástica, não passava de uma “máscara” de si. Agora, na experiência com a RA, o interlocutário está figuratizado por sua própria imagem, isto é, está convertido numa imagem que é uma *representação* de si. De outra forma, a personificação de si mesmo, efetuada na imagem capturada, que faculta uma interação discursiva mediada por um dispositivo digital, cria um efeito de sentido de “vivência do discurso”, não mais ocasionada por esforço imaginativo, mas, ao contrário, refletindo “fidedignamente” o destinatário (agora convertido em interlocutário), colocando-o inexoravelmente na sintaxe discursiva e confrontando-o com os interlocutores.

Percebemos, então, que o efeito de sentido produzido é tão inusitado que causa o misto de confusão, estupefação e fascinação, abrindo as portas (ou, mais precisamente, os sentidos) para a conjunção com a *experiência*, o objeto de valor da narrativa – e

cremos que assim ocorre por conta de novas formas de projeção das instâncias de instauração do sujeito no enunciado, tal como procuramos articular a seguir.

Questões contemporâneas sobre o aparelho formal da enunciação: a pessoa

A instauração do sujeito pelas operações de instalação de pessoa, espaço e tempo envolve um conjunto de conhecimentos que tem servido para análises semióticas de textos, sejam eles puramente verbais, plásticos e até sincréticos.

Ora, a enunciação é desencadeada por um “eu” que fala. Esse “eu” se apresenta mais ou menos subjetivado (ou objetivado, dependendo do ponto de vista) a partir de sua maior ou menor flagrância no texto. Então, se o discurso é desencadeado na 1ª pessoa do singular, é flagrante o efeito de subjetivação e a actorialização implica claramente um autor que se instala no cerne da enunciação. Mas a questão é: de que “eu” estamos falando quando discursos são produzidos em ato e envolvem tecnologias digitais?

Segundo Stuart Hall (2005), essa metamorfose da identidade vai do fixo ao provisório, do unívoco ao múltiplo, do inteiro ao fragmentado. As mudanças nos sistemas de significação e representação cultural, que incluem a fragilidade das instituições modernas (tais como família, escola, religião, trabalho, Estado), novos paradigmas sociais (como a reformulação dos papéis sexuais, profissionais e políticos) e rupturas das fronteiras geográficas (principalmente os movimentos de globalização da economia e da comunicação) produziram efeitos intensos na constituição do sujeito, seja no que se refere a si mesmo, seja na sua relação com o mundo a sua volta. Dessa forma, é lícito cremos que os sujeitos, discursivamente falando, se tornaram criaturas performáticas, capazes de assumirem posturas flexíveis que os colocam “em jogo” diante das mais diversas situações que possam vir a encontrar.

Trazendo a questão dos sistemas informáticos para a discussão em torno das identidades pós-modernas, Sherry Turkle (1997) alerta para a importância do computador no processo de descentramento do sujeito contemporâneo, pois o ecrã (a tela ou display do aparelho eletrônico) funciona como uma “janela” através da qual as pessoas intercambiam com uma infinidade de possibilidades e, afeitos a essa disponibilidade, desenvolvem uma capacidade “metamorfa”, ou seja, de assumir faces múltiplas diante do universo de experiências que colecionam pelas redes digitais.

(...) as janelas tornaram-se uma poderosa metáfora para pensar no eu como um sistema múltiplo e fragmentado. O eu já não se limita a desempenhar diferentes papéis em cenários e momentos diferentes (...). A prática vivida nas janelas é a dum eu descentrado que existe em muitos mundos e desempenha muitos papéis ao mesmo tempo (*Ibidem*: 18).

Em acordo com as hipóteses que temos elaborado, vale grifar que Turkle se refere claramente a um “eu” que se desdobra em vários mundos e papéis ao mesmo tempo^{vii} – portanto, vocacionado a concomitâncias, mais do que hábil em transitar por lugares ou modificar dessa para aquela a sua forma de se representar.

Por este caminho, é natural crer que a projeção de pessoa na construção de enunciados atualmente ganha contornos de *simultaneidade*, principalmente se considerarmos a produção de discurso em ato envolvendo dispositivos digitais, o que coloca os actantes da cena enunciativa numa posição que requer uma performance mais elaborada, em sintonia com o regime de interação que Eric Landowski (2009) classificou por ajustamento. Indo além, consideramos que é na flexibilidade identitária que a gestão das relações entre os atores se amplia consideravelmente em termos de criação de sentido, – e o ajustamento se revela nos desdobramentos que são frequentes em processos relacionais ocasionados por intermédio de dispositivos digitais.

Decerto, as interações em regime de ajuste são aquelas que trabalham com competências mais “abertas”, que inspiram um *fazer-sentir*, ou seja, para além da dissuasão (*Ibidem*: 48). Daí, Landowski marca a “liberação” que o regime de ajuste dá às interações possíveis, pois que amplia sobremaneira as possibilidades de emergência de sentidos, dado que a imprevisibilidade é o que governaria a interação, eliminando, destarte, a antevisão planificada por esse ou aquele sujeito da interlocução. A partir desse ponto, incluímos o ponto de vista de que é num contexto de subjetividades mais elásticas, tal como se concebe em consonância com a visão das identidades descentradas pós-modernas, que se organizam interações ajustadas mediadas por sistemas informáticos. E é no compasso das simultaneidades que o “eu” contemporâneo vive e se expressa nesses sistemas, ocasionando novos processos de projeção actancial.

Os dêiticos alargados pelas tecnologias da cibercultura

É preciso ressaltar que somos particularmente guiados pela matriz semiótica que tem se ocupado da produção de *discursos em ato*, com franca inspiração na Sociossemiótica de Eric Landowski, seja pelas suas próprias proposições, seja pelas contribuições dadas por Ana Claudia Oliveira. Portanto, mesmo que reconheçamos que, em ações de realidade aumentada, a marca instaura-se na situação como enunciativa – tal como propomos mais acima – e o transeunte/consumidor, como enunciatário, reconhecemos que é na e pela interação que este tipo de discurso se processa e possibilita a emergência da significação (OLIVEIRA, 2008: 30), implicando um fazer fenomenológico mútuo entre os sujeitos da comunicação – sensivelmente diferente do que ocorria em processos interativos instalados em “textos prontos e acabados”, com os quais a sintaxe discursiva normalmente se depara, como, por exemplo, os textos literários ou jornalísticos, um quadro ou um filme etc. –, de modo que uma coimplicância deve ser levada em conta. Enfim, a totalidade de sentido só pode ser percebida se estas perspectivas estiverem sob nossos focos. Pois, de outra forma, não há como conceber o encontro do sujeito que participa da situação com o discurso em si (*Idem*). Mas se, na assertiva de um fazer conjunto, próprio de um ajustamento (LANDOWSKI, 2009, Op. Cit.), é necessário acatar que uma relação de coimplicações se estabelece e rege todo o processo.

O sujeito que adentra a situação comunicativa textual encontra, na e pela interação com o sujeito do discurso, quais são os mecanismos de da construção que o ‘competencializam’, por transformações promovidas pelas modalidades ou por um refinamento das modulações de suas competências, a reoperar as relações em ato, os modos de estar e agir juntos e poder operar o vir a ser do sentido (OLIVEIRA, 2008: 30).

Assim é que na situação semiótica que envolve a ação de realidade aumentada promovida pela marca Linx, capturando (mas pondo em diálogo) os transeuntes, identificamos um *fazer conjunto*; de forma que, apesar de na totalidade da ação reconheçamos a marca como enunciativa (como já dito acima), na duração da construção do discurso em ato, o enunciatário é levado a assumir uma postura enunciativa, mesmo que se pondo em relação com um código previamente *programado* pela ação de publicidade e marketing.

Ou seja: se, pelo ponto de vista da marca, as possibilidades de interação e simulação dadas pelos personagens interlocutores que figuram na tela estão pré-

estabelecidas, revelando uma estratégia manipulação/programação que apenas cria um efeito de sentido de ajustamento com os indivíduos que passam pela rua e participam do “evento”; do ponto de vista dos participantes, uma série de competências e modalizações são movimentadas no processo de interação, que obrigam o sujeito a se colocar numa disposição “proativa” (enunciadora) diante da interlocução com os personagens da marca, para assim se adaptar ao *fazer conjunto* e “modificar-se para modificá-lo” (como visto anteriormente nas situações com realidade virtual).

Esse é o caminho para concluirmos que os enunciatários, em relação forçada com textos hipermidiáticos e avançados da Cibercultura, como no caso que ora estudamos, são levados a se integrarem na cena semiótica em construção e são capturados para a narrativa pelos dispositivos informáticos digitais contemporâneos. E o são através de um processo complexo de confusão entre *debreagem* e *embreagem*, pois que a sobreposição da pessoa/espço/tempo em uma zona que hibridiza o concreto e o virtual, ao mesmo passo que descola o sujeito e o projeta no enunciado também neutraliza a projeção e o coloca de volta à sua enunciação, num vai-e-vem tão frenético que torna-se impossível determinar quando o sujeito está *debreado* ou *embreado*, revelando características de discursos produzidos na Cibercultura que não foram experimentados em circunstâncias pretéritas.

Mais ainda, independente de toda programação de *software* e *hardware* ter sido arquitetada pela marca enunciadora, sob a ótica do transeunte/participante da ação de realidade aumentada, há sempre um aprisionamento a uma enunciatividade (e nunca a uma enuncividade), pois que os efeitos de subjetividades são incontornáveis: o interlocutor é colocado em uma disposição de primeira pessoa, num espaço aqui e num tempo agora em relação a si, invariavelmente.

Como na tela da situação analisada, o interlocutor se vê – não como uma simples *projeção*, que lhe facultaria se ver como um “ele”, mas como uma extensão de si promulgada pela máquina que o captura e leva uma parte dele (inclusive que lhe afeta esteticamente) para o telão – a *debreagem/embreagem* se dá de forma enunciativa. Tanto quanto, como o espaço em questão é uma extensão do aqui, o “lá” do telão também é um “aqui”, e, portanto, também enunciativo. E, enfim, como tudo se dá em tempo real, o instante, o agora da situação redonda igualmente num processo enunciativo.

Dessa forma, as simultaneidades das categorias de pessoa, espaço e tempo acabam sendo uma condição inexorável da qual os indivíduos ajustados se encontram (mesmo que sem o perceber) incapazes de se desvencilhar.

Creemos que, na condução das coisas nessa forma, esse aspecto seja absolutamente estratégico, da parte da marca promotora do evento, pois coloca em ação um processo que explora sensações, sensorialidades e efeitos estéticos – para lembrar Greimas (2002), em “Da imperfeição” – que são fundamentais para atribuição do “valor” a se buscar conjugação no programa narrativo da ação de realidade aumentada: a *experiência*.

Considerações finais

Mesmo que a nossa pesquisa ainda esteja em fase gestacional e que muitos testes ainda sejam necessários para definir proposições mais consistentes e definitivas acerca das enunciações e dos enunciados próprios da Cibercultura, seguimos considerando que alguns pontos se revelam como apostas interessantes de serem feitas – inclusive porque colocam a Semiótica e a Comunicação não só em correspondência, mas, mais que isso, provocam-nas a refletirem mais ainda sobre os fenômenos ainda muito novos que experimentamos nesses tempos de exortação aos contatos com uma tecnologia onipresente.

É certo que outros objetos de análise devem ser cuidadosamente observados para tirarmos conclusões que se reiterem e, por conseguinte, venham a consubstanciar as propostas que ensaiamos nesse trabalho. Mas, mesmo ainda sob riscos metodológicos, temos notado que situações como a analisada aqui revelam que os enunciatários da Cibercultura são sempre convocados a *fazerem conjuntos*, sendo colocados ininterruptamente em circunstâncias de ajustamento e de diálogo, facultadas pelas novas tecnologias digitais que se espalham e apanham os sujeitos contemporâneos a todo momento. E nessas mesmas circunstâncias, são “oprimidos” por uma impossibilidade de escape de construções de discursos que fujam de si e de seus “aqui-agora”.

Longe de tomarmos essa disposição que entrevemos como algo bom ou ruim – e nos afastando de possíveis juízos de valores que não são afeitos ao processo científico –, nos colocamos em franca posição crítica: imaginamos que os efeitos de sentido que entremeiam a projeção da categoria de pessoa é um indício das finezas de uma cultura

embalada por prerrogativas comprometidas com o *consumo*, que se vale dos desdobramentos estésicos de seus dispositivos discursivos para embalar consumidores extasiados, volvendo-os aos escrutínios de um capitalismo diluído, transparente e que se faz presente para todos, a todo momento, em todo lugar.

Referências

AZEVEDO, S. T. Corpo, cidade e novas tecnologias: aspectos do poder no contexto da mobilidade contemporânea. In FACCIN, M.; NOGUEIRA, M. A.; VAZ, E. *Narrativas da cidade: perspectivas multidisciplinares sobre a urbe contemporânea*. Rio de Janeiro: E-papers, 2013.

FIORIN, J. L. *As astúcias da enunciação: as projeções de pessoa, tempo e espaço no discurso*. São Paulo: Ática, 2001.

_____. *Elementos de análise do discurso*. 14^a ed. São Paulo: Contexto, 2011.

FONTANILLE, J. *Significação e Visualidade: exercícios práticos*. Porto Alegre: Sulinas, 2005.

GREIMAS, A. J. *Da imperfeição*. São Paulo: Hacker, 2002.

_____. Semiótica figurativa e semiótica plástica. In *Semiótica plástica*. São Paulo: Hacker, 2004.

HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 10^a Ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.

JOHNSON, S. *A cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

LANDOWSKI, E. *Interacciones arriesgadas*. Lima: Fondo Editorial, 2009.

_____. Modos de presença do visível. In OLIVEIRA, Ana Claudia de (org.). *Semiótica plástica*. São Paulo: Hacker, 2004.

_____. Para uma semiótica sensível. In *Educação & Realidade*. Porto Alegre: 30(2), 2005.

LEMO, A. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In LEMOS, A.; CUNHA: (Orgs.). *Olhares sobre a Cibercultura*. Rio de Janeiro: Ed. E-papers, 2003.

_____. Cibercultura e mobilidade: a era da conexão. In LEÃO, Lucia (org.). *Derivas: cartografias do ciberespaço*. São Paulo: Annablume, 2004.

MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 4ª ed. São Paulo: Cultrix, 1974.

OLIVEIRA, A. C. Interação nas mídias. In PRIMO, A. *et al.* (Orgs.). *Comunicação e interações: Livro da Compós 2008*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

TEIXEIRA, L. Leitura de textos visuais: princípios metodológicos. In BASTOS, N. B. (Org.). *Língua portuguesa: lusofonia – memória e diversidade cultural*. São Paulo: EDUC; FAPESP, 2008a. p.299-306.

TEIXEIRA, L. Achados e perdidos: análise semiótica de cartazes de cinema. In LARA, G. M. P.; MACHADO, I. L.; EMEDIATO, W. (orgs.). *Análises do discurso hoje*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008b. p.169-198.

TEIXEIRA, L. Notas para um estudo do ritmo nas semióticas visuais. In FIGUEIREDO, M. F.; MENDONÇA, M. C.; ABRIATA, V. L. R. (orgs.). *Sentidos em movimento: identidade e argumentação*. Franca, SP: UNIFRAN, 2008c. p.159-180.

TURKLE, S. *A vida no ecrã: a identidade na era da Internet*. Lisboa: Relógio D'água, 1997.

VIRILIO. *O Espaço crítico*. São Paulo: Ed.34, 1993.

WERTHEIM, M. *Uma História do Espaço: de Dante à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

ⁱ Realidade Aumentada, simplificada, é a inserção de elementos virtuais desenvolvidos por computação gráfica (bidimensionais e tridimensionais; estáticos e animados) sobre a realidade física capturada por dispositivos (fixos e móveis) dotados de câmeras audiovisuais, através de aplicativos específicos.

ⁱⁱ Disponível em: <http://youtu.be/Bjs6nlB6u7E>, último acesso em 01/12/2013.

ⁱⁱⁱ O termo ciborgue deriva da junção das palavras inglesas *cybernetic* e *organism*, ou seja, "organismo cibernético". Refere-se à introdução de dispositivos tecnológicos das mais variadas matrizes no corpo orgânico, para efeito de substituição ou ampliação de capacidades naturais.

^{iv} Conforme Vinícius Pereira indica, "Propiocepção pode ser entendido como o sentido que nos dá a percepção do nosso corpo em relação ao seu interior e ao exterior. Próximo da cinestesia, que seria a percepção do movimento do corpo, a propiocepção deve ser entendida como mais um sentido corpóreo" (PEREIRA, 2008:10).

^v A ação publicitária em questão foi conceitualmente desenvolvida em sintonia com uma campanha publicitária veiculada pela marca Linx. Isto é, uma série de peças publicitárias foi exibida na época em que a ação da Estação Vitória ocorreu; nela, filmes comerciais, anúncios e toda sorte de mídias apresentavam a mesma temática: o uso do novo desodorante Linx Excite disparava no usuário o que o slogan da campanha chamava de "*Linx effect*", algo que, segundo a concepção lúdica da publicidade, produziria um efeito tão libidinoso naqueles ao redor do usuário que seria capaz de corromper até a pureza divina de um anjo. O apelo da marca se faz pela manipulação do tipo tentação (FIORIN, 2011:30), buscando uma analogia entre os temas e figuras apresentados e as aspirações sedutoras dos potenciais consumidores do produto. Dessa forma, a ação de RA que ora analisamos não deixa de ser

apenas uma parte do todo de uma campanha publicitária, que, portanto, precisa reforçar as isotopias comuns às peças que lhe são concomitantes.

^{vi} Neste contexto, tomamos o termo *experiência* como tratado pela publicidade contemporânea e que incorpora um envolvimento totalizante e em cadeia da marca com o cotidiano do consumidor.

^{vii} Ainda segundo a autora, a então “crise da identidade” de forma alguma se refere a um tipo de “morte” da concepção de sujeito, mas, inversamente, reforça a ideia de que uma matriz multifacetada é em si uma modalidade identitária – exatamente a que caracteriza os sujeitos na pós-modernidade. Apesar disso, a própria noção de “eu essencial” não é subvertida, até porque, de acordo com Turkle, na rede “as pessoas são capazes de construir um eu ao flertar com muitos eus” (TURKLE, 1997:235).