

O BREVE DIZER NA CONTEMPORANEIDADE: UMA HERANÇA BÉLICA

Discente: Felipe Soares

Orientador: João Kogawa

Unicentro/Delet/LL/N 2º ano

RESUMO: Considerando o falar curto dos enunciados do campo publicitário contemporâneo nota-se um domínio sob influência da linguagem bélica de Lacedemônia, território espartano que originou o Laconismo. Logo, se, ater-se ao rótulo de um determinado objeto representaria também através da formação discursiva diversos pressupostos interpretativos carregados de significados derivados de uma materialidade enunciativa, tomando então como objetos de investigação os enunciados elaborados no quadro dos produtos *Axe Excite* sob a ótica da sua respectiva campanha: *Even Angels Will Fall*, nesse espaço, considerando a escanção destes enunciados publicitários tornam imperativo a observação do uso da linguagem sob os moldes do Laconismo, à exemplo de seu uso no discurso da obra *300 de Esparta*, e sob as perspectivas depreendidas das considerações tidas a respeito do valor do juízo atribuído para um conceito segundo a ótica de Foucault em termos de diálogo estabelecido entre a realidade material de um enunciado, sua conseqüente estruturação num discurso e seu agrupamento em uma formação discursiva. Assim, numa análise mais profunda se perfilam nesse artigo segundo os conceitos de discurso Foucaultianos e o laconismo: o falar efêmero arrolado pelo domínio da memória.

Palavras-chave: Laconismo; Formação Discursiva, Domínio da Memória;

Introdução

“Ton prestige t’a gonflé d’orgueil et l’éclat de ta réussite t’a fait perdre la tête. Aussi je te jette à terre et et donne en spectacle aux autres rois.”¹⁸

Ézékiel 28, Ancien Testament.

“Lembrem-se de nós.”

Frank Miller, Os 300 de Esparta.

Em *A Arqueologia do Saber* e também em *A Ordem do Discurso* Foucault investiga limites que traduzem as interpretações possíveis dos objetos de saber. Ele toma objetos de conhecida definição em alguns campos de saber tais como gramática, ciência, literatura, medicina e biologia.

Tal qual um paleontólogo, Foucault busca compreender como os conceitos emergem e se constroem historicamente. Desse modo, a análise escande-se em níveis mais profundos.

A interpretação deve atingir instâncias mais silenciosas e subterrâneas da natureza dos objetos de saber a partir da investigação de uma materialidade aparente. Assim, a arqueologia delinea um novo horizonte de investigação que rompe com os conhecidos limites que recortavam e definiam o valor da natureza de um objeto na medida em que lançam o olhar sobre a historicidade dos campos de saber. Segundo Foucault, é necessário um diálogo entre a realidade material do enunciado, sua consequente estruturação em um discurso, e seu agrupamento em uma formação discursiva.

[N]ão é mais o fundamento que se perpetua, e sim as transformações que valem como fundação e renovação dos fundamentos. Vê-se, então, o espraiamento de todo um campo de questões – algumas já familiares – pelas quais essa nova forma de história tenta elaborar sua própria teoria: como especificar os diferentes conceitos que permitem avaliar a descontinuidade (limiar, ruptura, corte, mutação, transformação)? [...] (FOUCAULT, 2010, p.06).

Cumprir observar que, ante as rupturas e perturbações ressaltadas por Foucault acerca da problemática referente àquilo que então é tomado como limite para a definição da natureza do valor de um objeto ou de outro compreendido pela história e seus acontecimentos, as análises do saber promovem jogos de diferenças acerca daquilo que é descrito, recortado e definido perante a memória de um contexto estabelecido através de um discurso histórico.

Nessa esteira, um documento resgatado para além da superfície de considerações já estabelecidas, poderia ter seu discurso reconstituído através de seus rastros decifráveis, apresentando assim uma nova linguagem até então inerte no silêncio em que os limites de um pensamento de época haviam lhe encarcerado. Uma vez despertada a voz deste documento num novo horizonte:

[N]ão é mais, para a história, essa matéria inerte através da qual ela tenta reconstruir o que os homens fizeram ou disseram, o que é passado e o que deixa apenas rastros: ela procura definir, no próprio tecido documental, unidades, conjuntos, séries, relações.”[...] (FOUCAULT, 2010, p.7).

Posta assim a questão, salienta-se que os jogos de diferenças promovidos pelos usos da linguagem, nos quais o significado de um objeto teria a noção de seu limite em contínua descontinuidade perante as consequências históricas agregadas pela memória do pensamento humano, permitem que o valor de um objeto seja definido pelas condições históricas que permitiram que se falasse dele.

Nesse passo, pode-se entender que um objeto expõe seu significado fazendo-se valer de um conjunto de acontecimentos que beiram além de um único limite interpretativo, uma vez que o mesmo objeto pode ter seu significado ligado, portanto, a enunciados que façam referência a uma área de conhecimento, ou que possa pertencer a outra, já que “os enunciados, diferentes em sua forma, dispersos no tempo, formam um conjunto quando se referem a um único e mesmo objeto [...] que se perfila de diferentes maneiras” (FOUCALUT, 2010, p.36).

Assim, a noção de significado, valor e mesmo de definição limite de um objeto teria um horizonte de interpretações relativamente inesgotável. A guisa de exemplo, se faz válido citar que um objeto como a loucura no quadro médico do século XVI não coincide com a concepção derivada de enunciados médicos de datas passadas ou posteriores ao século em questão, mesmo que esse objeto possa vir a receber, num momento passado e noutro futuro, o mesmo rótulo.

Nesse sentido, os dizeres sobre a loucura no campo psicopatológico é relativamente recente. Isto é, antes da Psicopatologia, não se pode conferir o mesmo valor ao termo loucura, pois, não se tratam mais das mesmas doenças nem nos mesmos loucos.

Logo, quanto a esse sentido de multiplicidade capaz de ser atribuído aos objetos conforme a ordem dada pelo discurso se pode considerar que: “não é possível admitir como uma unidade válida para constituir um conjunto de enunciados, o discurso referente à loucura.” (FOUCAULT, 2010, p.37). Vale ratificar, portanto, quanto ao que confere valor, ao pensamento que rotula um objeto, que “a unidade de um discurso é feita pelo espaço onde diversos objetos se perfilam e continuamente se transformam, e não pela permanência e singularidade de um objeto.” (FOUCAULT, 2010, P.37).

Por derradeiro, como se depreendem as considerações tidas a respeito do juízo que é atribuído ao conceito, esse então subordinado ao sistema que se sobrepõe ao objeto por meio do enunciado em discurso, quanto ao que se pressupõe enquanto nível de interpretação dado pelos possíveis horizontes de um objeto, Foucault assevera que

[P]or convenção, que se trata de uma *formação discursiva* – evitando, assim, palavras demasiado carregadas de condições e consequências, inadequadas, aliás, para designar semelhante dispersão, tais como “ciência”, ou “ideologia”, ou “teoria”, ou “domínio de objetividade”. [...] As regras de formação são condições de existência (mas também de coexistência, de manutenção, de modificação e de desaparecimento) em uma dada repartição discursiva. [...] (FOUCAULT, 2010, p.43).

Justificativa

Se, ater-se ao rótulo de um determinado objeto representaria através da formação discursiva, diversos pressupostos interpretativos que carregam significados derivados de uma materialidade enunciativa, logo, nos referindo ao espaço do campo da publicidade a fim da escanção dos enunciados publicitários, torna imperativo primeiramente observarmos o uso da linguagem sob a forma do laconismo. Para tanto, oportuno se torna neste momento uma breve retomada de um período histórico que explicita uma linguagem de princípio bélico, corrente na Antiguidade, cujos rastros podem ainda hoje serem decifrados.

Assim, chegamos à Grécia antiga, na região de Lacedemônia, origem do futuro domínio conhecido como Esparta (cerca de 400 a.C.), onde observaremos vestígios do laconismo na forma de linguagem curta e direta do povo espartano, segundo assevera Plutarco¹.

Para tanto, nos amparando agora na obra de Frank Miller, *Os 300 de Esparta*, é possível analisarmos os enunciados seguintes através da ótica foucaultiana, considerando, portanto, o diálogo entre a realidade material de um enunciado, sua consequente estruturação em um discurso e seu agrupamento em uma formação discursiva, através das imagens em que eles recorrem, para assim aproximarmos do campo bélico o campo publicitário, e sobre ambos elucidar a necessidade da linguagem breve e direta.

¹ Nascido em Queroneia, na Beócia, Plutarco era um filósofo platônico. Estudou matemática e filosofia na Academia de Atenas de 66 a 67 D.C., dentre seus primeiros trabalhos biográficos publicou *As Vidas dos Imperadores Romanos* sob a dinastia dos Flávios, durante o Reinado de Nerva (96-98 D.C.), onde aborda teorias e estratégias bélicas táticas, perpassadas pelo campo da linguagem lacônica de uso de imperadores, cônsules e generais antepassados e contemporâneos seus, notando a brevidade e clareza do discurso, mais tarde reconhecido no Ocidente por Laconismo. REFERÊNCIAS: (Clough, Arthur Hugh. *Plutarch's Lives*. [S.l.]: Liberty Library of Constitutional Classics, 1864. *Plutarch Bio*(46c.-125). The Online Library of Liberty. Página visitada em 10/12/2013.)



Imagem 1:

[...]Todo **espartano... homem ou mulher...** Derveria **partilhar** dessa **glória**. E da **vitória** que teria sido assegurada, se o rei Leônidas não tivesse sido tão claramente **contrariado**. (MILLER, FRANK *Os 300 de Esparta*, p. 19.)



Imagem 2:

[...] Os persas **ofegam, gemem, gorgolejam, gritam, tropeçam, rolam e caem**, com cérebros **salpicando a pedra salina** e pulmões se **enchendo** de água salgada e mortal do **oceano**. [...] Nós **espartanos** rimos como **loucos...** e continuamos **atacando**. Sem **prisioneiros**. Sem **piedade**. Nós **começamos** muito **bem**. (MILLER, FRANK, *Os 300 de Esparta*, p. 43.)



Imagem 3:

[...] Bom garoto. Seu elmo era sufocante. Ele limitava sua visão. E ele tem que enxergar longe. Seu escuro era pesado. Ele tirava o seu equilíbrio. E seu alvo está muito longe. **XERXES... MORRA!** (MILLER, FRANK, *Os 300 de Esparta*, p. 73.)

Como se pôde observar, no campo de batalha espartano, os enunciados acima evocam dizeres breves, porém de compreensão imediata por carregarem informação suficientemente precisa em nível de comunicação, e adequada a necessidade do contexto – tempo escasso para transmitir a mensagem desejada, precedendo desse modo o laconismo na Antiguidade.

Sendo assim, haveria, portanto, no cenário contemporâneo a recorrência do laconismo operando em situações similares aos campos de batalha do passado? Qual seria hoje a utilidade ou necessidade de seu regresso nas formações discursivas? Na tentativa de elucidar os questionamentos elencados, tomaremos adiante como objeto de investigação, enunciados elaborados no quadro dos produtos AXE EXCITE.

Conclusão:

Remetendo-nos agora ao campo publicitário atual, ingressando nossa investigação sobre o quadro dos produtos AXE EXCITE, comparemos o possível diálogo do laconismo sobre seus enunciados, buscando, sem nos esquivarmos da ótica foucaltiana, OW presumíveis reflexos dessa herança bélica passível de ressonância na memória coletiva. Antes, verifiquemos as imagens selecionadas das campanhas elencadas.

Imagem 4



Imagem 5



A campanha publicitária AXE EXCITE, (dezembro de 2011), criação da agência inglesa *BBH*, lançou-a através do filme intitulado “*The Fall*”, veiculado no mercado brasileiro “Até os anjos cairão”. O filme publicitário, lançado nas TVs abertas

brasileiras no dia 12 de janeiro de 2012, seguindo o mesmo enredo em versões de 45 e 30 segundos, foi um investimento publicitário para a *Axe* de R\$ 14 milhões em marketing (MJZ, Londres, 2011).

A realidade material dos enunciados em questão, nas imagens 4 e 5, evocam ambas a figuração do sobrenatural, personificado nelas pelas asas e pela auréola de anjos, conforme sua retratação secular através da igreja católica ocidental. O diálogo dos referidos enunciados, por sua vez se estruturam em um discurso sustentado, primeiramente, pela memória coletiva, igualmente secular. Notando na figura 4, a auréola partida, e na figura 5 a descaracterização da figura do anjo assexuado, percebe-se uma referência clara à deturpação do caráter imaculado e de perfeição outrora agregada às figuras celestiais, visto sua identidade tal como preconizada pela doutrina católica, que por sua vez remete à memória da queda do anjo Lúcifer, conforme preconizada em:

[...] “Ton prestige t’a gonflé d’orgueil et l’éclat de ta réussite t’a fait perdre la tête. Aussi je te jette à terre et et donne en spectacle aux autres rois.¹⁸”

« Teu prestígio te encheu de orgulho e o brilho de teu sucesso te fez perder a cabeça. Assim eu te lanço à terra e te ofereço em espetáculo aos outros reis.¹⁸”

Ézékiel 28, Ancien Testament.

O que nos remete novamente ao caráter bélico, numa alusão a mais antiga das batalhas segundo o livro das escrituras sagradas, a Bíblia católica conforme seu viés apocalíptico. A partir da realidade material dos enunciados elencados nas figuras 4 e 5, bem como sua conseqüente estruturação num discurso de origem resgatada na memória coletiva e de ordem bélica, como exemplado pela sua natureza saliente do antigo testamento, por fim observaremos o agrupamento dos enunciados elencados conforme a sua formação discursiva.

Perpassados, portanto, os dados orçamentários referidos a criação, tempo de divulgação e publicação da propagando elencada, consideramos necessárias as propriedades e necessidades do discurso lacônico para o sucesso da campanha, ao ponderarmos que a esfera onde o discurso ocorre possui características alinhadas àquelas de um campo de batalha, que no caso, se dá sob a pressão e pela acirrada prática contemporânea publicitária.

Considerada a natureza da esfera publicitária por sua vez, observamos a decorrência do discurso lacônico reverberando nos enunciados das imagens 4 e 5 evidenciados na brevidade de sua materialidade e estruturação enunciativa – a desfiguração angélica que remete à memória da queda de Lúcifer atrelada ao *slogan* da campanha AXE: “*Even Angels will fall*” – Até os anjos cairão – tomando por derradeiro a ótica foucaultiana

Suponho que em toda a sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade. (FOUCAULT, 1996, p. 8).

Compreendemos a reminiscência do discurso lacônico na sociedade contemporânea através da linguagem construída no campo publicitário em seu caráter breve, direto e efetivo tal como a linguagem de uso nas esferas bélicas, tendo em vista considerado o procedimento de sua ocorrência através de seu controle, sua organização, redistribuições de suas produções formadas através dos sistemas do próprio discurso, bem como as regras impostas aos sujeitos que as produzem, suas heranças e suas memórias.

REFERÊNCIAS

FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. 7.ed. – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. Trad. de Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Loyola, 1996.

MILLER, Frank. **300 de Esparta**. Texto e arte de Frank Miller / Cores Lynn Valery. São Paulo: Devir, 2006.

La Bible Sainte, 1997, Ézékiel, chapitre 28: 17.

Imagens disponíveis em :

- [La nouvelle pub AXE Excite – Les Anges défient Dieu | Films Fixwww.filmsfix.com](http://www.filmsfix.com)
- [Nuevo AXE EXCITE on we heart it / visual bookmark #weheartit.com](https://www.instagram.com/weheartit/)