

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS
FACULDADE DE LETRAS

NATASHA JORGE FREITAS

**A CONSTRUÇÃO DISCURSIVA DA IMAGEM DE PORTO ALEGRE
EM *HOTSITE* SOBRE AS CIDADES-SEDE DA COPA DO MUNDO DE 2014:
UMA ABORDAGEM DIALÓGICA**

Porto Alegre
2012

NATASHA JORGE FREITAS

**A CONSTRUÇÃO DISCURSIVA DA IMAGEM DE PORTO ALEGRE
EM *HOTSITE* SOBRE AS CIDADES-SEDE DA COPA DO MUNDO DE 2014:
UMA ABORDAGEM DIALÓGICA**

Dissertação apresentada como requisito para
obtenção do grau de Mestre pelo Programa de
Pós-Graduação em Letras da Pontifícia
Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Profa. Dr. Maria da Glória Corrêa di Fanti
Orientadora

Porto Alegre
2012

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

F866c Freitas, Natasha Jorge

A construção discursiva da imagem de Porto Alegre em *hotsite* sobre as cidades-sede da copa do mundo de 2014 : uma abordagem dialógica / Natasha Jorge Freitas. – Porto Alegre, 2012.

62 f.

Diss. (Mestrado) – Faculdade de Letras, PUCRS.

Orientador: Profa. Dr. Maria da Glória Corrêa di Fanti.

1. Linguística. 2. Análise do Discurso. 3. Relações Dialógicas. 4. Imagem Discursiva. I. Fanti, Maria da Glória Corrêa di. II. Título.

CDD 418.2

Bibliotecária Responsável: Dênira Remedi – CRB 10/1779

NATASHA JORGE FREITAS

**A CONSTRUÇÃO DISCURSIVA DA IMAGEM DE PORTO ALEGRE
EM *HOTSITE* SOBRE AS CIDADES-SEDE DA COPA DO MUNDO DE 2014:
UMA ABORDAGEM DIALÓGICA**

Dissertação apresentada como requisito para
obtenção do grau de Mestre pelo Programa de
Pós-Graduação em Letras da Pontifícia
Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Dissertação defendida e aprovada, em (*data da defesa*), pela banca examinadora:

Professora Doutor Maria da Glória Corrêa di Fanti

Orientador

Professor Doutor Ernani Cesar de Freitas

Banca

Professor Doutor Lilian Cristine Scherer

Banca

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por tudo o que eu tive e pelo que ainda virá.

À CAPES e à PUCRS por apoiarem pesquisas e proporcionarem aos estudantes brasileiros desenvolver seus estudos na área da linguagem.

À professora Maria da Glória di Fanti pela paciência e dedicação durante esses dois anos.

Aos professores da Faculdade de Letras, especialmente às professoras Ana Maria Tramunt Ibaños, Jocelyne da Cunha Bocchese e Leci Borges Barbisan, que sempre tiveram uma palavra de apoio e carinho.

Aos professores do curso de Especialização em Estudos Linguísticos do Texto da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, especialmente os professores Valdir Flores, Marlene Teixeira e Silvana Silva, por me encaminharem nesse árduo (e maravilhoso) caminho da Linguística.

Aos colegas do Núcleo de Estudos do Discurso pelos inúmeros diálogos sobre enunciação.

Aos colegas da Pós-Graduação em Letras da PUCRS, especialmente à Fernanda Dias, Kelli Ribeiro da Rosa e Monica Monawar, pela agradável companhia e paciência nos estudos e na vida.

A todos os meus amigos que, além da paciência, deram apoio em muitos momentos de tristeza e alegria.

Ao meu namorado Giacomo De Rocchi e a toda sua família pelo amor e companheirismo.

Ao meu avô Carlos Freitas (in memoriam) por me ensinar que a família é a base da nossa felicidade.

A minha família por todos os pensamentos positivos e orações.

Aos meus pais Maria Elizabeth Freitas e Marco Antonio Reis Freitas pelo amor e dedicação incondicionais.

E agradeço a todos que contribuíram de alguma maneira para a concretização deste trabalho.

Estudar o discurso em si mesmo, ignorar a sua orientação externa, é algo tão absurdo como estudar o sofrimento psíquico fora da realidade a que está dirigido e pela qual é determinado.

Mikhail M. Bakhtin

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1 - Página de escolha do idioma	29
Imagem 2 - Página de escolha da cidade	30
Imagem 3 – Página inicial de visualização de Porto Alegre	32
Imagem 4 – Página de visualização do perfil de Porto Alegre.....	35
Imagem 5 - Página de visualização de fotos de Porto Alegre e Região Serrana.....	37
Imagem 6 - Trecho do vídeo sobre Porto Alegre e Região Serrana – “Tradição e modernidade”.....	41
Imagem 7 – Trecho do vídeo sobre Porto Alegre e Região Serrana – “Paisagem romântica e acolhedora”	44
Imagem 8 – Trecho do vídeo sobre Porto Alegre e Região Serrana – “Experiências únicas”.45	
Imagem 9 – Trecho do vídeo sobre Porto Alegre e Região Serrana – “Diversão para todas as idades”	46
Imagem 10 -- Trecho do vídeo sobre Porto Alegre – “Herança europeia preservada”	47
Imagem 11 – Página de visualização dos destinos próximos de Porto Alegre	50

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo geral analisar como se constrói discursivamente a imagem de Porto Alegre no *hotsite Seleção Brasileira de Cidades*, observando relações de sentido instauradas na circulação dos enunciados. Como objetivos específicos, visa (i) verificar, no decorrer da investigação, acentos valorativos de palavras que, na circulação dos enunciados, interferem na constituição da imagem de Porto Alegre e (ii) analisar relações dialógicas, observando como diversos discursos interagem e desencadeiam diferentes sentidos. O referencial teórico que fundamenta a pesquisa, tendo em vista o pressuposto da constituição dialógica do discurso, baseia-se nos estudos desenvolvidos por Bakhtin e seu Círculo. Para o Círculo, a relação eu / outro é constitutiva, pois todo discurso está inter-relacionado com outros discursos, desencadeando diferentes relações de sentido (relações dialógicas). Quanto aos procedimentos metodológicos, foram selecionadas para análise as seções do *hotsite Seleção Brasileira de Cidades* percorridas pelo internauta: página de escolha do idioma, página de escolha da cidade, página inicial de visualização de Porto Alegre, visualização do perfil, das fotos, do vídeo e dos destinos próximos de Porto Alegre. Para a análise do material, considerando a relação entre elementos verbais e visuais, são observadas a força valorativa das palavras e as relações dialógicas instauradas tanto no próprio enunciado (dimensão verbal e visual), como em relação com outros enunciados.

Palavras-chave: discurso, relações dialógicas, imagem discursiva, Porto Alegre

ABSTRACT

The present work has as general objective the analyzes of how the image of the city of Porto Alegre is built discursively at the hotsite *Seleção Brasileira de Cidades*, by focusing on sense relations established in the usage of the utterances. Our specific objectives are (i) to verify during the present investigation the weight of words that, in the usage of the utterances, interfere with the constitution of the image of Porto Alegre, and (ii) to analyze dialogic relations, checking how several discourses interact and initiate different senses. The bibliography used in our research focus on the dialogic constitution of discourse, and therefore is based on the studies by Bakhtin and his Circle. To the Circle, the relation I/other is constitutive, for every discourse is interrelated to other discourses, initiating different sense relations (dialogic relations). As for the methodological procedures, we selected for analysis different sections of the hotsite *Seleção Brasileira de Cidades* that the internet user could choose from: the language option webpage, the city option one, the Porto Alegre visualization home page, the profile webpage, the photo one, the video webpage and the one that showed destinations close to Porto Alegre. To analyze the selected material and taking into account verbal and visual elements, we focused on the weight of the words and on the dialogic relations established both in the utterance itself (verbal and visual dimensions) and in the relations with other utterances.

Keywords: discourse, dialogic relations, discursive image, Porto Alegre.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
1 PRESSUSPOSTOS TEÓRICOS	12
1.1 DISCURSO, DIALOGISMO E PRODUÇÃO DE SENTIDOS	13
1.2 ENUNCIADO, PALAVRA E VALORAÇÃO	16
1.3 Gêneros discursivos, cronotopo e exotopia	20
2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	24
2.1 Contextualização do objeto de investigação.....	24
2.2 Procedimentos de seleção e análise do material.....	26
3. ANÁLISE DO DISCURSO SOBRE PORTO ALEGRE NO <i>HOTSITE SELEÇÃO BRASILEIRA DE CIDADES</i>	28
3.1 Página de escolha do idioma.....	28
3.2 Página de escolha da cidade.....	29
3.3 Página inicial de visualização de Porto Alegre.....	32
3.4 Visualização do perfil de Porto Alegre.....	34
3.5 Visualização de fotos de Porto Alegre e Região Serrana	37
3.6 Visualização do vídeo sobre Porto Alegre e Região Serrana	41
3.7 Visualização dos destinos próximos a Porto Alegre.....	50
CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
REFERÊNCIAS	59

INTRODUÇÃO

Em reportagem de um jornal on-line indiano, o redator da matéria traz para discussão a relação dos brasileiros com o futebol. Ao refletir sobre o Brasil, o jornalista caracteriza o país como um dos poucos países que integra de forma harmoniosa pessoas de diferentes raças por um único motivo: o amor pelo futebol.¹

O governo federal em acordo com a CBF (Confederação Brasileira de Futebol), dentre outros interesses, considerando a relação dos brasileiros com o futebol, investiu na campanha para que o país fosse sede da Copa do Mundo de futebol masculino em 2014. O Brasil participou de todas as edições da Copa do Mundo, evento mais importante nessa modalidade esportiva, desde seu início em 1930, e conquistou cinco títulos mundiais (1958, 1962, 1970, 1994 e 2002). Após 1950, é a primeira vez que o Brasil sediará a competição.

No dia 30 de outubro de 2007, o Brasil foi oficialmente confirmado pela FIFA (Federação Internacional de Futebol) como sede da Copa do Mundo de 2014. Com isso, o país iniciou os preparativos para receber as demais seleções e, principalmente, os turistas, dispostos a assistir aos jogos e conhecer o país. Doze cidades brasileiras foram selecionadas para sediar os jogos dessa competição e entre elas está a cidade de Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul. Além de Porto Alegre, foram selecionadas as cidades de Belo Horizonte, Brasília, Cuiabá, Curitiba, Fortaleza, Manaus, Natal, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo.

Tendo em vista os diferentes recursos verbais e não-verbais utilizados na divulgação das cidades-sedes da Copa do Mundo de 2014, fomos instigados a refletir sobre a imagem discursiva criada sobre Porto Alegre no *hotsite* (www.braziltour.com/worldcup) intitulado *Seleção Brasileira de Cidades*, desenvolvido pelo Ministério do Turismo do Brasil, via Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo). O *hotsite* - assim chamado por ser um site de duração limitada, sendo muito utilizado para divulgar promoções e lançamentos de produtos –

¹ Trecho retirado de artigo em *site* indiano: “one of the few countries which has achieved harmonious integration of people of different racial backgrounds through the love for the game”. Fonte: <<http://www.sify.com/news/brazil-where-football-is-a-passion-religion-and-unifier-comment-news-national-khdnkdgeab.html>> Acesso em: 01 de novembro de 2011.

faz parte da campanha de promoção internacional do turismo “O Brasil te chama. Celebre a vida aqui” e apresenta “o perfil, mapas, fotos e vídeo dos principais pontos turísticos das 12 cidades que irão sediar a Copa de 2014, com versões em português, inglês e espanhol”.²

O estudo da imagem discursiva de Porto Alegre no *hotsite* em questão se justifica pela necessidade de reflexão, teórico-metodológica, sobre como uma cidade, no caso a capital dos porto-alegrenses, é apresentada discursivamente para os turistas que vão prestigiar os jogos da Copa do Mundo em 2014. O estudo também se justifica pela necessidade de refletir sobre a particularidade do discurso em foco, que, ao apresentar aspectos referentes ao turismo, convoca outros discursos de modo a revelar um emaranhado de vozes sociais na construção dos sentidos.

Considerando a constituição heterogênea do discurso sobre Porto Alegre no *hotsite* em foco, buscamos responder com esta pesquisa à seguinte questão norteadora: Como se constrói discursivamente a imagem de Porto Alegre no *hotsite Seleção Brasileira de Cidades*?

Considerando o discurso como a língua em sua integridade concreta e viva, na relação indissociável com a dimensão histórica e social (BAKHTIN, 1997) e tendo em vista diferentes recursos verbais e não-verbais na constituição do discurso sobre Porto Alegre, temos como **objetivo geral** analisar como se constrói discursivamente a imagem de Porto Alegre no *hotsite Seleção Brasileira de Cidades*, observando relações de sentido instauradas na circulação dos enunciados. Como **objetivos específicos**, com este trabalho visamos (i) verificar, no decorrer da investigação, acentos valorativos de palavras que, na circulação dos enunciados, interferem na constituição da imagem de Porto Alegre e (ii) analisar relações dialógicas, observando como diversos discursos interagem e desencadeiam diferentes sentidos.

Quanto aos procedimentos metodológicos, selecionamos como material de análise as seções do *hotsite* percorridas pelo internauta: página de escolha do idioma, página de escolha da cidade, página inicial de visualização de Porto Alegre, visualização do perfil, das fotos, do vídeo e dos destinos próximos de Porto Alegre.

² Fonte: <http://www.midiarj.org.br/content/embratur-lan%C3%A7a-hot-site-%E2%80%9Csele%C3%A7%C3%A3o-brasileira-das-cidades%E2%80%9D> Acesso em: 17/01/2012.

No que se refere à análise, focalizamos a constituição verbal do material selecionado sem deixar de considerar aspectos visuais, que também são fundamentais na constituição dos sentidos. Os aspectos visuais recebem um tratamento mais descritivo comparados aos verbais, que, considerados em sua dimensão discursiva, recebem tratamento analítico. Para a análise do material, considerando relações dialógicas (relações de sentido) entre elementos verbais e visuais, observamos a força valorativa das palavras e as relações dialógicas instauradas tanto no próprio enunciado (dimensão verbal e visual), como em relação com outros enunciados observados no *hotsite*.

O referencial teórico que embasa esta reflexão advém dos estudos desenvolvidos por Bakhtin e seu Círculo, perspectiva conhecida, dentre outras nomenclaturas, como teoria bakhtiniana e teoria dialógica do discurso. Para o Círculo, a relação eu / outro é constitutiva. Sempre que enuncia, o locutor traz em seu discurso o outro, outro sujeito e outros discursos, de modo mais ou menos aparente, visto que nem sempre identificamos todas as vozes ou distinguimos um discurso de outrem do enunciador. O dialogismo é um princípio constitutivo da linguagem que pressupõe que todo discurso está interligado a outros discursos, o que desencadeia diferentes relações dialógicas, relações de sentido.

O enunciado, entendido como a unidade mínima de comunicação discursiva, só tem vida se contatado com outros enunciados, expressando a posição do sujeito em relação ao(s) outro(s). Assim, o enunciado pode se materializar de modo verbal e/ou não-verbal (gesto, imagem etc.) ao expressar avaliativamente a posição de um em relação ao outro (BAKHTIN, 2003).

O trabalho está organizado em três capítulos, seguidos da *Conclusão*. No primeiro capítulo, são abordados os *Pressupostos teóricos* que embasam a pesquisa. No segundo, são apresentados os *Pressupostos metodológicos*, especialmente a contextualização do objeto de investigação e os procedimentos de seleção e análise do material. No terceiro capítulo, *Análise do discurso sobre Porto Alegre no hotsite Seleção Brasileira das Cidades*, é efetuada a análise do material selecionado, visando desenvolver os objetivos da investigação. Na *Conclusão*, apresentamos reflexões de modo a responder à questão norteadora da pesquisa, explicando, a partir da análise efetuada, como se constrói discursivamente a imagem de Porto Alegre no *hotsite* analisado.

1 PRESSUSPOSTOS TEÓRICOS

Esta pesquisa tem como base teórica as contribuições de Bakhtin e seu Círculo. Mikhail Mikhailovich Bakhtin (Orel, 1895 – Moscou, 1975) é considerado como um dos mais conceituados estudiosos da linguagem do século XX. Bakhtin, como os demais colegas de trabalho e de grupo de estudos, sofreu com o regime ditatorial de Josef Stalin (1878-1953), o qual expurgava qualquer um que considerasse avesso ao seu governo. Dentre os integrantes do Círculo de Bakhtin, destacam-se Valentin Nikolaevich Volochinov (1895-1936), Pavel Nikolaevich Medvedev (1891-1938), Matvei Kagan (1889-1937), Ivan Kanaev (1893-1983), Maria Yudina (1899-1934) e Lev Pumpianskii (1891-1940) (BRAIT, 2009). Mesmo com tantas dificuldades decorrentes de período de pobreza, graves problemas de saúde e repressão política, desenvolveu com profundidade seu pensamento sobre a constituição dialógica da linguagem. Ministrou aulas em diversas universidades e colégios na URSS, contudo seu trabalho atingiu o Ocidente na década de 70, graças a Julia Kristeva.³ A partir desse momento, estudiosos que se interessam pela linguagem, como da área da linguística, literatura, educação e ciências sociais, têm buscado nas ideias do Círculo de Bakhtin uma forma de compreender a linguagem humana e toda a sua criatividade ilimitada como um meio e fim para nossas ações no meio social. (MACHADO, 1995)

Seu trabalho junto ao grupo de pensadores de diversas áreas do conhecimento (filosofia, música, artes, literatura, física etc.), conhecido como Círculo de Bakhtin, abrange questões referentes a vários aspectos da linguagem, ultrapassando a linguística da sua época, ao propor reflexões sobre enunciação e discurso do ponto de vista dialógico. Nos estudos do Círculo sobre a linguagem, cujos principais representantes desse campo, são Bakhtin, Volochinov e Medvedev, observa-se uma concepção de discurso que refuta a tradicional relação entre emissor/ativo e receptor/passivo, já que ambos são ativos e o discurso resulta de uma co-construção entre locutor e interlocutor. O discurso é, desse modo, um palco de tensão,

³ Nesta pesquisa, não entramos na discussão sobre a autoria das obras consideradas disputadas, por entendermos que todas as contribuições são relevantes para a constituição da teoria dialógica. Como destaca Faraco (2009a), esse debate expande-se por diversos países e há muitos estudiosos que ora condenam a exposição de Bakhtin como grande mentor do grupo, ora privilegiam suas ideias, tornando-o como um dos grandes filósofos russos do seu tempo.

em que os interlocutores se confrontam, ora concordando, ora discordando, parcial ou integralmente, já que sempre há avaliação de um em relação ao outro. O locutor ao enunciar já prevê antecipadamente possíveis respostas ao seu dizer, o que interfere na elaboração do discurso (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2009; FARACO, 2009b).

Os debates fomentados pelo Círculo têm como pressuposto a dialogicidade inerente a todo discurso, considerando a alteridade como elemento constitutivo do sujeito, da enunciação e dos sentidos. Nesse contexto, um sujeito sempre está em relação com outro, a palavra sempre chama outra palavra, um discurso sempre traz outro discurso e evoca o outro a respondê-lo e os sentidos se constroem a partir de redes de relações (DI FANTI, 2010). Em tal perspectiva, há uma relação de interdependência entre a língua e a vida, sendo o discurso constitutivamente dialógico e ideológico (BAKHTIN, 2006). A questão ideológica da linguagem, desenvolvida com bastante cuidado na obra *Marxismo e filosofia da linguagem*, é enfatizada pela reflexão sobre a palavra, que é considerada um signo ideológico por excelência, já que reflete e refrata uma dada realidade (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2009, p.32).

Noções relacionadas à linguagem, desenvolvidas pelo Círculo, são discutidas neste capítulo visando fundamentar a pesquisa proposta. Embora tais noções não se desvinculem umas das outras, decidimos separá-las nesta abordagem a fim de melhor organizar a reflexão. Nessa perspectiva, a reflexão teórica está organizada em três seções: (i) Discurso, dialogismo e produção de sentidos, (ii) Enunciado, palavra e valoração e (iii) Gêneros discursivos, cronotopo e exotopia.

1.1 DISCURSO, DIALOGISMO E PRODUÇÃO DE SENTIDOS

No texto *Discurso na vida e discurso na arte* (VOLOSHINOV/BAKHTIN, s.d., p.9), encontramos uma importante reflexão sobre o discurso verbal:

O discurso verbal é como um “cenário” de um dado evento. Um entendimento viável da significação global do discurso deve *reproduzir*⁴ este evento de relação mútua entre os falantes; deve, por assim dizer, “representá-lo” de novo, com a pessoa que quer compreender assumindo o papel do ouvinte. Mas para representar esse papel, ela precisa compreender distintamente também as posições dos outros [...].

A partir desse trecho, podemos observar a posição do Círculo sobre a importância do discurso verbal para o sujeito: o discurso só se dá em relação, não significando uma relação harmoniosa, mas um diálogo de tensão entre as distintas compreensões que cada um carrega sobre si, sobre o mundo e sobre os outros. A pessoa que enuncia, e que logo escuta o outro e torna a falar buscando assumir o papel desse ouvinte, tentando compreender seu “lado da história”, sua perspectiva sobre determinado assunto, posiciona-se em relação ao discurso do outro. Ela não busca apenas compreender a visão do outro, mas persuadi-lo, constrangê-lo, defendê-lo. Nessa visão do outro, o falante busca delimitar o mundo do outro para a realidade para adequar o seu discurso a esse universo estranho, ou seja, aproximar o outro de uma nova perspectiva, a perspectiva do enunciador. O discurso do falante não está apenas baseado nas suas ideias, mas nas ideias que julga do outro e que acredita que o outro tenha.

Nesse contexto, é no diálogo que o discurso se constitui. O discurso é repleto de outros discursos, outras histórias e convivências que preenchem a consciência e o pensar do locutor. É na relação com o outro, na interação social, que o sujeito se constitui no discurso, se marca e se posiciona num tempo histórico. Mesmo em um monólogo, há uma relação constitutiva com o outro. Na relação eu / outro, o individual e o social estão intrinsecamente ligados. Quando enuncia, o locutor faz projeção para o outro, pois o direcionamento é também uma particularidade de todo discurso, pois sempre há um interlocutor presumido (aparente ou não) (BAKHTIN, 2006).

Bakhtin (s.d.), em *Para uma filosofia do ato*, observa que a realização pessoal no mundo, seja ela de qual natureza for, define o sujeito no tempo e espaço. As atitudes não são isoladas, uma vez que envolvem o todo, a relação intrínseca entre o discurso e a vida. O discurso, desse modo, é inseparável da sua situação de produção, isto é, da situação social que lhe deu vida, considerando a interação dos interlocutores em dado momento histórico. O

⁴ Grifo do autor.

passado, o presente e o futuro estão interligados na vida e na palavra. É o discurso revelador de tais entrelaçamentos, via via reflexo e refração.

O dialogismo, para Bakhtin, é um princípio da linguagem que pressupõe que todo discurso está interligado a “outros discursos, mais ou menos aparentes, desencadeando diferentes relações de sentido” (DI FANTI, 2009a, p.80). Tal perspectiva implica relações com já-ditos e respostas antecipadas a discursos futuros, revelando a natureza heterogênea do discurso, já que é constituído pelas palavras do outro, em graus variados de presença.

Segundo Bakhtin (1997, p.181), o discurso “é a língua em sua integridade concreta e viva”; é um fenômeno social complexo, multifacetado, que nasce a partir do diálogo entre discursos diversos. Não há discurso sem alguém que o enuncie e alguém para quem esse discurso seja endereçado.

A língua, conforme Bakhtin (1998, p.96), é vista como um

[...] meio vivo e concreto onde vive a consciência do artista da palavra, nunca é única. Ela é única somente como sistema gramatical abstrato de formas normativas abstraída das percepções ideológicas concretas que a preenche e da contínua evolução histórica da linguagem viva.

Desse modo, a língua, pela perspectiva dialógica, compreende a irrepitibilidade da enunciação e a significação abstrata. De acordo com Sobral (2009), a linguagem é fruto de uma tensão dialética contínua entre dualidades: estabilidade e instabilidade, a cristalização e significação. Se por um lado, a significação representa a estabilidade, por outro, o sentido depende do contexto, da concretude da enunciação. A língua assim não é um objeto fechado e estanque, cujo valor é encerrado no dicionário ou em um texto escrito: sua dinamicidade se revela no discurso, no uso concreto. O diálogo entre um *eu* e um ou vários *tu* é essencial para agregar sentido ao discurso.

O discurso, seguindo Bakhtin (1998), configura-se a partir de um entrelaçamento de interações sociais complexas, uma vez que em todos seus caminhos até o objeto, em todas as direções, o discurso se encontra com o discurso de outrem. Estabelecem-se relações dialógicas, isto é, relações de sentidos entre enunciados. Ultrapassando os limites das relações lógicas da linguística do sistema, sem dispensá-las, Bakhtin (1997) propõe as relações dialógicas, próprias do campo do discurso. Tais relações são possíveis a qualquer parte do enunciado, inclusive a uma palavra isolada, desde que tal palavra seja considerada como enunciado, ou seja, como representante do discurso do outro, da voz do outro (DI FANTI, 2009b).

As relações dialógicas, conforme Bakhtin (2006), tanto podem ser observadas entre discursos (enunciados), quanto no interior do próprio discurso, entre enunciados, entre palavras-enunciado. Para o Círculo, todo enunciado somente tem vida se contatado com outros enunciados, os quais põem em confronto diferentes vozes sociais, provenientes de variados sujeitos do discurso. As vozes (posições sociais, pontos de vista) constituem toda palavra, pois, “em cada palavra, há vozes às vezes infinitamente distantes, anônimas, quase impessoais (as vozes dos matizes lexicais, dos estilos etc.), quase imperceptíveis, e vozes próximas, que soam concomitantemente” (p.330).

1.2 ENUNCIADO, PALAVRA E VALORAÇÃO

O enunciado, de acordo com Bakhtin (2003, p.275), é a unidade mínima e um elo entre vários enunciados na cadeia de comunicação discursiva, o que significa dizer que o enunciado é constitutivamente dialógico, preserva a ressonância e a antecipação de dizeres diversos.

Para Bakhtin (1998, p.86),

O enunciado existente, surgido de maneira significativa num determinado momento social e histórico, não pode deixar de tocar os milhares de fios dialógicos existentes, tecidos pela consciência ideológica em torno de um dado objeto da enunciação, não pode deixar de ser participante ativo do diálogo social.

Logo, o enunciado é o resultado da interação com o outro em um determinado momento social e histórico. Esses fios dialógicos podem ser percebidos pelas relações da palavra com a palavra do outro, com os outros discursos. Para Sobral (2009, p.97), o enunciado é visto como a unidade da interação, sendo determinado pelas especificidades da interação, em vez de seu determinante. É pela interação com o outro que o enunciado se concretiza.

O enunciado não pode ser desvinculado de sua interação com o outro; sua unidade está em todas as partes da criação do discurso, tanto no processo quanto no produto. Para a teoria do Círculo de Bakhtin, como observa o tradutor Paulo Bezerra⁵ (BAKHTIN, 2006), enunciação e enunciado correspondem ao mesmo termo russo – *viskázivanie* – utilizado tanto para o processo, ato de emissão do discurso, quanto para o produto, um discurso já pronunciado

Quando se enuncia, se espera que o outro se manifeste, entretanto, essa resposta pode vir acentuada de formas diversas, mais ou menos de acordo com o discurso do outro. A antecipação da resposta pelo locutor determina a constituição do enunciado, o que revela uma co-construção do enunciado, processo/produto interativo. Tal reflexão perpassa a noção de compreensão que, como salienta Bakhtin (2003, p.271), “toda compreensão é prenhe de resposta, e nessa ou naquela forma a gera obrigatoriamente: o ouvinte se torna falante”.

Segundo Di Fanti e Teixeira (2009, p.99-100), compilando reflexões teóricas sobre os estudos do Círculo de Bakhtin, o enunciado

comporta duas faces indissociáveis: uma verbal e outra extraverbal (contexto mais amplo). Os enunciados não coincidem com sua constituição puramente verbal (em sentido estrito), pois são impregnados de não-ditos. A face extraverbal, situação e condição necessária do desenvolvimento ideológico do enunciado, corresponde ao espaço e tempo do acontecimento, ao objeto ou tema do enunciado e às posições assumidas pelos interlocutores.

Seguindo a reflexão, as autoras destacam que, para o Círculo, os aspectos extraverbais “não são a causa exterior do enunciado, não são uma força mecânica externa, mas sim se integram ao enunciado como um elemento indispensável a sua constituição semântica” (DI FANTI; TEIXEIRA, 2009b, p.100). O verbal e o extraverbal estão articulados indissociavelmente no enunciado. Também afirmam que o enunciado pode “se materializar apenas por elementos não-verbais (por exemplo, um gesto, uma expressão facial, uma obra de artes), desde que tenha sujeito, expressão avaliativa”.

⁵ Paulo Bezerra, tradutor e estudioso de Bakhtin, explica que na língua russa não há essa diferenciação do termo enunciado e enunciação como observamos na língua portuguesa.

O enunciado, segundo Bakhtin (2003), é a construção do discurso pelo locutor na relação com o interlocutor. Apresenta a posição axiológica do locutor (no mundo e sobre o mundo, suas escolhas, sua vivência), e antecipa a resposta do outro (sua posição axiológica no mundo e sobre o mundo, suas escolhas, sua vivência). É como se cada elo de uma corrente fosse um enunciado, que em conjunto formam a corrente discursiva. Nessa corrente, nenhum elemento/elos pode ser eliminado sem modificar seu sentido (BAKHTIN, 2003, p.289).

Bakhtin diferencia o enunciado da oração (sentença). Enquanto o enunciado exige a passagem da palavra ao outro, a alternância dos sujeitos, a oração não possui alternância de sujeitos, não possui responsividade. A delimitação da oração está na gramática, na significação das palavras e nas leis sintáticas (BAKHTIN, 2003, p.288). Já a delimitação do enunciado está nessa alternância dos sujeitos, podendo ser o silêncio ou até a quebra do momento da enunciação. A escolha da oração, no entanto, é fundamental para a formação do enunciado:

Quando escolhemos um determinado tipo de oração, não o escolhemos apenas para uma oração, não fazemos por considerarmos o que queremos exprimir com determinada oração; escolhemos um tipo do ponto de vista do enunciado *inteiro*⁶ que se apresenta à nossa imaginação discursiva e determina a nossa escolha. (BAKHTIN, 2003, p.286)

Bakhtin ressalta ainda a questão do que chama de “totalidade de sentido”, a inteireza do enunciado perante a oração (forma abstrata do enunciado). Essa inteireza, no entanto, é compreendida graças à luta entre os falantes, uma luta estética pelo o que se pensa e o que se defende no dito do enunciado. Tal reflexão remete à força valorativa do enunciado, em especial a valoração impregnada na palavra em suas múltiplas relações de sentidos.

A palavra, entendida como um fenômeno ideológico, é o signo que traz consigo uma perspectiva da realidade (reflexo) e carrega do falante sua visão da realidade (refração). Para Bakhtin/Volochínov (2009), a palavra é um território comum do locutor e do interlocutor, já que ela parte de um e se dirige ao outro. Por meio dessa interação contínua, a palavra, impregnada de valoração (acento de valor), adquire sentido ideológico, que imprime uma visão singular de uma dada realidade. Segundo Bakhtin/Volochínov (2009, p.31),

⁶ Grifo do autor.

um produto ideológico faz parte de uma realidade (natural ou social) como todo corpo físico, instrumento de produção ou produto de consumo, mas, ao contrário destes, ele também reflete e refrata uma outra realidade, que lhe é exterior.

Isto é, o produto criado pela sociedade carrega consigo parte de quem o criou. O que fazemos ou enunciamos reflete e refrata nossas opiniões e atitude perante o(s) outro(s). Essa parte da realidade é a força desse signo no mundo. Da mesma forma, a força valorativa da palavra está ligada a sua significação, que no discurso pode adquirir outros sentidos, reforçando-a ou minorizando-a, por exemplo. A palavra é o signo mais sensível a essas lutas sociais, pois, dependendo do contexto de uso, pode adquirir variados sentidos. A valoração da palavra, condição de vida do enunciado, imprime aspectos de reflexo e refração na produção dos sentidos.

Bakhtin/Volochínov (2009) utiliza o estudo da física⁷ sobre o reflexo e refração da luz para estudar a palavra. Esses elementos definem a relação do signo linguístico com a realidade:

- a) O fenômeno do reflexo acontece quando a luz que se propaga em um determinado meio, ao tocar a superfície, retorna para o meio de origem. Um exemplo disso é o reflexo no espelho. Associando ao signo, pode-se dizer que a evolução da sociedade reflete na evolução da língua;
- b) O fenômeno da refração ocorre quando a luz que se propaga em um determinado meio, ao tocar a superfície, segue para outro meio. Um caso de refração é um canudo submerso em um copo d'água: a sensação é que o canudo se quebrou, mas é apenas a refração da luz na água. Quanto ao signo, pode-se afirmar que a palavra modifica a realidade, pois pode concordar ou discordar da situação.

Esses fenômenos sugerem que a realidade pode ser modificada pela enunciação: o modo como articulamos nossas ideias, como formulamos nosso dizer, como gesticulamos e como nos colocamos no discurso dá sentido à palavra. Entretanto, como veremos a seguir,

⁷ Fonte: <http://efisica.if.usp.br/> Acesso em: 18/4/2010.

para que a palavra possa ser enunciada, é preciso que haja certa estabilidade não apenas em relação a sua significação (sua delimitação no mundo), mas também certa estabilidade na forma do enunciado. Vemos isso nos estudos sobre os gêneros discursivos, tratados pelo Círculo de Bakhtin como uma das formas pelas quais apreendemos a língua e a nossa cultura.

1.3 GÊNEROS DISCURSIVOS, CRONOTOPO E EXOTOPIA

Entendendo que para melhor compreendermos a forma e o estilo de quem enuncia o discurso, ou seja, para compreender as escolhas de como apresentar esse discurso para os outros, vemos a importância de analisar as delimitações de um gênero discursivo.

De acordo com Bakhtin (2003, p.283), “os gêneros do discurso organizam o nosso discurso quase da mesma forma que o organizam as formas gramaticais”. Com essa afirmação, é possível dizer que nós, falantes e ouvintes, aprendemos a moldar o nosso discurso através de gêneros e, quando ouvimos o discurso alheio, já presumimos o seu gênero pelas primeiras palavras pronunciadas. Para o pensador russo, as palavras são selecionadas conforme as especificidades dos gêneros mobilizados, uma vez que “elas trazem a expressão típica e ecos dos gêneros em que circulam” (DI FANTI, 2009c, p.182).

A comunicação discursiva ocorre a partir de gêneros, *tipos* relativamente estáveis de enunciados, reconhecidos de determinadas comunidades discursivas (BAKHTIN, 2003, p.262). Conforme Bakhtin (2003, p.283), “se os gêneros do discurso não existissem e nós não o dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo do discurso, de construir livremente e pela primeira vez cada enunciado”, seria praticamente impossível a comunicação discursiva. Tais reflexões permitem dizer que se fala por gêneros, os quais são familiares aos participantes das interações sociais. Referindo-se aos gêneros, a partir do pensamento bakhtiniano, Di Fanti (2009d, p.133) observa que o conhecimento dos gêneros por parte dos interlocutores “pode facilitar o relacionamento social em diferentes situações, já que cada esfera da atividade humana produz gêneros do discurso correspondentes”.

Os gêneros são constituídos organicamente por estilo (aspectos linguísticos), forma composicional (questões estruturais) e tema (singularidade do sentido), elementos que, juntamente com o projeto enunciativo do locutor em um espaço-tempo determinado,

proporcionam a observação de características recorrentes (BAKHTIN, 2003). Embora possuam características mais ou menos estáveis, os gêneros “são reelaborados, ressignificados, reacentuados a cada enunciação”, uma vez que novas valorações se imprimem nas práticas discursivas, fazendo emergir a individualidade do falante, o seu estilo individual, na circulação dos sentidos (DI FANTI, 2009d, p.133).

Para Medvedev (1991, p.130), o gênero pode ter uma finalização na sua composição em todas as esferas da criação ideológica, mas a finalização temática real é impossível⁸. Isto quer dizer que o tema não se esgota em determinado gênero, pois o tema é irrepitível, sempre é outro devido à dinamicidade do enunciado, produto da interação verbal.

Seguindo o pensamento bakhtiniano, Di Fanti (2009d, p.132) observa que “os gêneros são indissociáveis das atividades humanas, que se realizam em esferas sociais a partir das quais os indivíduos interagem”. Para Sobral (2009, p.21),

As esferas de atividade são “regiões” de recorte sociohistórico-ideológico do mundo, lugar de relações específicas entre sujeitos, e não só em termos de linguagem. São dotadas de maior ou menor grau de estabilização a depender de seu grau de formalização, ou institucionalização, no âmbito da sociedade e da história, de acordo com as conjunturas específicas.

Observando a relação intrínseca entre o gênero e a esfera, é possível constatar que a dinamicidade do gênero está relacionada à dinamicidade da esfera. Os falantes mobilizam os gêneros conforme suas necessidades, ou seja, os gêneros materializam-se a partir das interações sociais. Com isso, seu grau de estabilidade varia dependendo das práticas produzidas em cada esfera de atividade humana.

De acordo com Machado (2008), ao retomar o pensamento bakhtiniano sobre cronotopo, o gênero adquire uma existência cultural. Um fator determinante para o gênero é a representação de traços culturais; o cronotopo, desse modo, é integrante do gênero: o espaço – social – e o tempo – período histórico – são elementos que moldam o gênero, agregando forma e estilo.

⁸ Tradução do texto original: “[...]compositional finalization is a possible in all spheres of ideological creation, but real thematic finalization is impossible.”

Cronotopia é o tempo e o espaço em correlação. Bakhtin (1998, p.211), retomando o conceito de cronotopo desenvolvido pela Teoria da Relatividade Geral (1915), de Albert Einstein, para explicar a interdependência do tempo e do espaço, utiliza esse pensamento para compreender a estrutura do tempo e do espaço no romance. Ao analisar o gênero romanesco, Bakhtin reflete sobre a estrutura do cronotopo do romance que influencia na vida do herói, o personagem da história. Tal reflexão, associada ao discurso da vida, revela que o espaço-tempo a partir do qual se enuncia é determinante para todo o processo e o produto da nossa enunciação. Concomitantemente, o homem e sua ação, o ato discursivo, interferem no tempo e no espaço.

Ao longo da história da humanidade, diversas modalidades de convívio social se modificaram com o tempo: a religião, a economia, a política, a arte, a literatura, são exemplos disso. Cada um desses aspectos da organização da vida em sociedade reflete e refrata o homem que nela vive. Esses traços culturais mostram a construção do homem no seu meio. O homem está presente tanto na dimensão temporal quanto na dimensão espacial, e essas realidades só são possíveis e passíveis de análise se relacionadas com o homem como um ser social.

Machado (2010, p.203) observa que o cronotopo é como uma forma de compreensão da experiência. Colocando em relação os conceitos de cronotopia (contexto) e exotopia (distanciamento crítico), a autora observa a importância da alteridade, pois só podemos analisar qual o nosso espaço e tempo pelo distanciamento da nossa vivência para a visão do outro. Esse trabalho de compreender as ações do homem na história adquire novos sentidos quando nos distanciamos: além de estarmos distantes do período histórico vivido (olhando de fora), temos a influência de pessoas que vivenciaram aquele momento, e cada um participa do discurso com o seu olhar.

Para Bakhtin (2006), o distanciamento (exotopia) e a aproximação (empatia) são necessários para a formação do conhecimento. São movimentos interdependentes fundamentais para o desenvolvimento da pesquisa. Enquanto a empatia permite a aproximação ao objeto, a exotopia exige posicionamento distanciado sobre ele. A exotopia permite ver além de nós mesmos: por meio dela podemos ver melhor, por exemplo, outra cultura e até mesmo a nossa própria representação social no mundo. Como lembra Faraco (2009b), o movimento exotópico pressupõe a alteridade, o relacionamento com o outro, a

percepção que se tem do outro (ainda que inconsciente), a relação com a diferença, já que cada um ocupa um único lugar.

A exotopia para Bakhtin, como observa Faraco (2009b, p.117, 118), é necessária para a constituição do sujeito, pois “é de fora que vêm as coordenadas que vão constituindo os seres”. “O eu e os outros não coincidem, seus horizontes não se fundem”. Há uma complexa rede de relações, cuja alteridade e individualidade constituem as práticas dialógicas. Também destaca Faraco (2009b) que a exotopia é “condição necessária para o autor-criador dar acabamento estético às personagens e a seu mundo”, já que as vê por fora e “sabe mais do que elas”. Para Faraco, a exotopia é “condição de exterioridade pessoal, espacial, temporal, linguística e cultural”.

A relação do sujeito com sua cultura permite observar uma (inter)constituição: a cultura de um povo influencia na constituição da subjetividade, mas também é modificada pelo sujeito. Tais relações imprimem singularidades ao sujeito e à cultura desse sujeito, que se diferenciam de outros sujeitos e de outras culturas. Nessa relação constitutiva, não só o não-verbal (visualidades, sonoridades etc.), mas também o verbal é revelador das singularidades.

A palavra é um signo diferenciador, que reflete e refrata posições valorativas. Pela palavra, podemos perceber traços identitários de um povo. Para tanto, é necessário o movimento exotópico para compreender parte da história, situada no espaço-tempo (cronotopia). A posição exotópica pressupõe a alteridade, a relação orgânica com o outro, pois somente voltando ao próprio lugar se pode perceber as diferenças, as singularidades.

A palavra é uma força irradiadora de sentidos, carregada de valoração, que revela escolhas do sujeito e aspectos da sua identidade cultural. Também o não verbal (gestos, cores, sinais, corpo etc.) integra a rede de sentidos, aumentando e/ou diminuindo a força das palavras.

Considerando o desenvolvimento de conceitos da teoria bakhtiniana importantes para a presente pesquisa, passamos ao capítulo seguinte, que tem como foco procedimentos metodológicos.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo abordamos questões referentes aos procedimentos metodológicos da pesquisa. Para tanto, em um primeiro momento, apresentamos uma breve contextualização do objeto de investigação, o discurso sobre Porto Alegre, a partir da campanha *O Brasil te chama. Celebra a vida aqui* e do *hotsite Seleção Brasileira de Cidades*, o qual divulga as 12 cidades brasileiras que sediarão os jogos da Copa do Mundo de 2014. Tal contextualização é indispensável para se conhecer características da esfera de produção, circulação e recepção do discurso a ser analisado, bem como delimitar especificidades desse discurso. Em um segundo momento, apresentamos a metodologia de seleção do material de análise e a respectiva metodologia de análise. Esses pressupostos metodológicos fundamentam o desenvolvimento da análise.

2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO DE INVESTIGAÇÃO

Em busca de uma imagem melhor do país no exterior, o governo federal desenvolve, através do MTur (Ministério do Turismo) e da Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo), campanhas de inovação sobre o Brasil⁹.

Com a escolha do Brasil como sede da Copa do Mundo de Futebol de 2014, o MTur ampliou seu projeto de melhoria da imagem do país no exterior – *Aquarela 2020* – e lançou a campanha *O Brasil te chama. Celebra a vida aqui*. A campanha publicitária é composta por filmes, peças gráficas e ações em mídias sociais que apresentam os principais pontos turísticos do país aos turistas estrangeiros, especialmente para as cidades escolhidas para sediar a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos em 2016. O interesse maior é que essa campanha se amplie para além dessas festividades e o aumento de turistas seja crescente¹⁰.

⁹ Fonte: http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/06planos_mkt.html

¹⁰ Fonte:
http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Plano_Aquarela_2020.pdf

A campanha, organizada pelo MTur e produzida pela Embratur, está sendo divulgada desde 14 de julho de 2010 em televisores de vários países e pela internet através de um canal do *Youtube*. Além disso, a campanha trabalha com mídia em painéis nos aeroportos, transportes públicos e outdoors; mídia impressa em jornais e revistas; aplicativo para celular; redes sociais e outros materiais promocionais.

O *hotsite Seleção Brasileira de Cidades* (www.braziltour.com/worldcup) faz parte da campanha *O Brasil te chama. Celebre a vida aqui*.¹¹ Nele são encontradas informações sobre as 12 cidades que sediarão a Copa do Mundo de 2014: Belo Horizonte, Brasília, Cuiabá, Curitiba, Fortaleza, Manaus, Natal, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo. O *hotsite* está assim organizado: na 1ª. página, são apresentadas três opções de língua para a navegação: português, inglês e espanhol. Na 2ª. página, há um enunciado orientando que o internauta escolha um dos 12 jogadores para continuar a navegação. Aparecem centralizados na página três atletas vestidos com uniforme branco, cujas camisetas estampam os nomes das seguintes cidades: Manaus, Natal e Porto Alegre. A escolha do jogador definirá a escolha de uma das 12 cidades possíveis de serem consultadas. A 3ª. página apresenta, na parte inferior esquerda, um rol de opções: perfil, fotos, vídeos, pontos turísticos, destinos próximos e comentários. O conteúdo do perfil da cidade, que já aparece acionado, é destacado no centro superior da página e apresenta as seguintes características da cidade: nome, estado, idade, posição e habilidades. A escolha das opções vai definir o que aparecerá ao internauta.

Considerando as características apresentadas sobre a campanha e o *hotsite*, é possível observar um forte apelo à divulgação das cidades. O discurso em circulação busca valorizar a região e/ou o lugar. No discurso do turismo, pode-se perceber uma interdependência entre um conceito e um produto, já que muito do que se vende de um lugar são os prazeres que o turista terá ao visitar a região. O direcionamento ao interlocutor reflete uma projeção ao que o turista espera. Assim, os apelos verbais e não-verbais, como as imagens das cidades-sede da Copa do Mundo, veiculadas por fotos e vídeos, são cuidadosamente selecionadas e apresentam-se em um número expressivo.

O discurso do turismo, conforme observado no *hotsite Seleção Brasileira de Cidades*, não se distancia do discurso publicitário. Para discutir essa questão, consultamos

¹¹ Fonte: http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20100714-1.html

Maingueneau (2010, p.169), que considera o discurso publicitário bastante mimético, no sentido de ter uma grande plasticidade, o que pode, em alguns casos, dificultar a delimitação de fronteiras. No entanto, “existe uma formatação publicitária que tende a se aplicar a qualquer zona do universo do discurso”, já que “tende a invadir todas as formas de enunciação, inclusive zonas como o discurso científico”. O analista do discurso cita, dentre outros exemplos, a apresentação sedutora em *power point* em detrimento ao texto acadêmico lido e o *curriculum vitae*, em que o “locutor deve ‘se vender’”.

Tendo em vista essas considerações, podemos pensar no discurso do *hotsite* como uma construção híbrida (BAKHTIN, 1998). Embora pertença a um único falante, duas orientações se inter-relacionam, o discurso do turismo e o discurso publicitário.

No que se refere ainda à particularidade do discurso do *hotsite*, também é importante considerar, além das reflexões desenvolvidas no referencial teórico, a forma como o discurso circula. O mídiun, no dizer de Maingueneau (2010), “não é um simples ‘meio’ de transmissão do discurso, mas ele imprime certo aspecto a seus conteúdos e comanda os usos que dele podemos fazer”. O mídiun interfere na produção dos enunciados.

Considerando as reflexões desenvolvidas, passamos a apresentar, na parte seguinte, os procedimentos metodológicos de seleção e análise do material.

2.2 PROCEDIMENTOS DE SELEÇÃO E ANÁLISE DO MATERIAL

Quanto aos critérios de seleção da cidade de Porto Alegre, dentre as 12 cidades que estão disponibilizadas no *hotsite*, consideramos os seguintes aspectos. Como cada cidade possui uma série de informações, como elencamos na seção anterior, pareceu ser mais produtivo escolher apenas uma cidade para desenvolver o objetivo geral da pesquisa, qual seja, analisar como se constrói discursivamente a imagem de Porto Alegre no *hotsite Seleção Brasileira de Cidades*, já que tal objetivo exige uma análise das páginas percorridas pelo internauta. A escolha de Porto Alegre, dentre as cidades-sede da Copa do Mundo, deve-se ao nosso interesse de estudar como a capital do Rio Grande do Sul, cidade em que desenvolvemos nossa formação acadêmica, é apresentada discursivamente em um *hotsite* de *turismo*, direcionado a torcedores que participarão dos jogos da Copa de 2014.

O material para análise propriamente contempla as etapas consideradas principais, em sua linearidade (na ordem em que aparecerem na tela), que o usuário da Internet percorre para conhecer Porto Alegre, pois somente pela investigação das páginas é que se pode discorrer sobre a construção da imagem da cidade no *hotsite*. Desse modo, são selecionadas as seguintes seções no *hotsite*, que são analisadas em graus variáveis de especificidade: página de escolha do idioma, página de escolha da cidade, página de visualização de Porto Alegre, páginas de visualização do perfil, das fotos, do vídeo e dos destinos próximos de Porto Alegre. A seção “pontos turísticos”, embora esteja listada nas opções para consulta dos internautas, está indisponível devido a problemas técnicos, por essa razão não é analisada. A seção “comentários” é apenas ilustrada nas reflexões, já que é importante para mostrar uma possibilidade de interação entre o locutor do *hotsite* e o internauta, mas não é uma seção diferente das de outros. Em cada seção uma tela (modo *print screen* da página) ou mais (como no caso do vídeo) é apresentada, contemplando os elementos verbais e visuais.

Quanto aos procedimentos de análise, focalizamos a constituição verbal e os aspectos visuais, que também são fundamentais na constituição dos sentidos. No desenvolvimento da reflexão, os aspectos visuais recebem um tratamento mais descritivo comparados aos verbais, que, considerados em sua dimensão discursiva, recebem tratamento mais analítico.

Quanto às etapas de análise, fazemos uma reflexão das duas primeiras páginas de conteúdo mais geral, correspondentes à escolha do idioma e à escolha da cidade, que são percorridas pelo internauta até a escolha de Porto Alegre como a cidade a ser consultada. Quanto às páginas correspondentes a Porto Alegre, focalizamos com mais atenção as três seções que versam sobre “perfil”, “fotos” e “vídeos”. A seção sobre “destinos próximos” é observada mais rapidamente e auxilia de modo acessório na reflexão sobre como se constrói a imagem discursiva de Porto Alegre no *hotsite*.

Analisamos os enunciados, considerando relações dialógicas (relações de sentido) entre elementos verbais e visuais em cada uma das seções. Para a análise do material, procedemos a uma breve descrição da página em análise para, na sequência, observarmos aspectos referentes à força valorativa das palavras e as relações dialógicas instauradas tanto no próprio enunciado (dimensão verbal e visual), como em relação com outros enunciados.

3. ANÁLISE DO DISCURSO SOBRE PORTO ALEGRE NO *HOTSITE SELEÇÃO BRASILEIRA DE CIDADES*

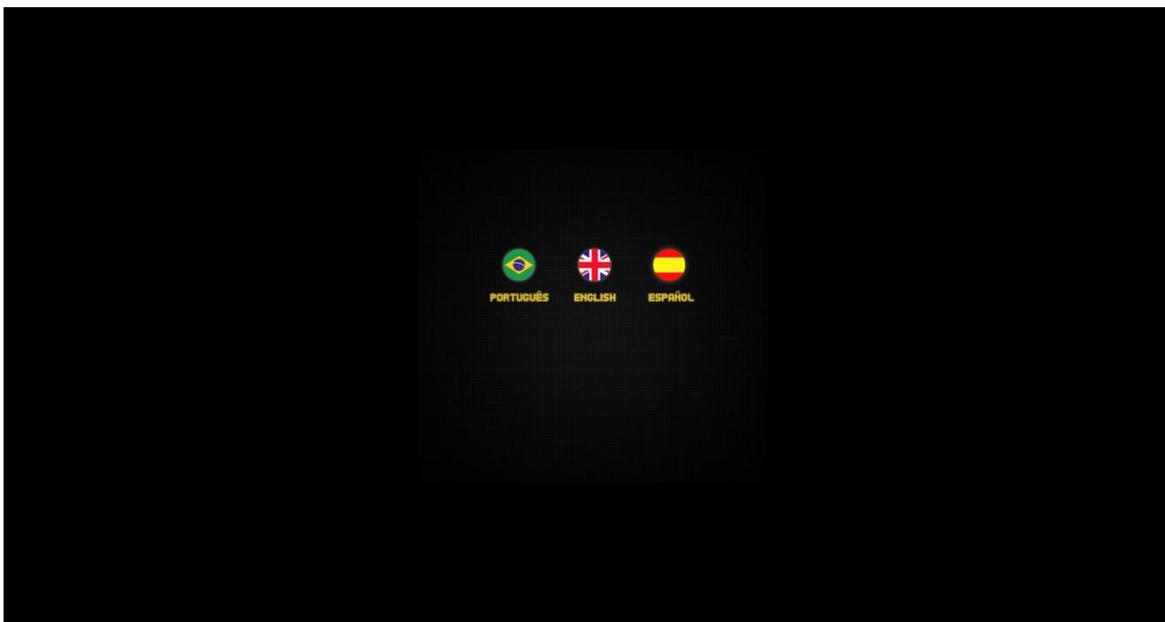
A análise em foco busca responder à questão norteadora: Como se constrói discursivamente a imagem de Porto Alegre no *hotsite Seleção Brasileira de Cidades*? Como objetivo geral, a pesquisa visa analisar como se constrói discursivamente a imagem de Porto Alegre no *hotsite Seleção Brasileira de Cidades*, observando relações de sentido instauradas na circulação nos enunciados.

Como objetivos específicos, a pesquisa propõe-se a (i) verificar, no decorrer da investigação, acentos valorativos de palavras que, na circulação dos enunciados, interferem na constituição da imagem de Porto Alegre e (ii) analisar relações dialógicas, observando como diversos discursos interagem e desencadeiam diferentes sentidos.

A análise está organizada em sete partes, conforme o percurso seguido pelo internauta: (1) página de escolha do idioma, (2) página de escolha da cidade, (3) página inicial de visualização de Porto Alegre, (4) visualização do perfil, (5) visualização das fotos, (6) visualização do vídeo e (7) visualização dos destinos próximos de Porto Alegre.

3.1 PÁGINA DE ESCOLHA DO IDIOMA

Imagem 1 - Página de escolha do idioma



Fonte: *Seleção Brasileira de Cidades* (<http://www.braziltour.com/worldcup/>)

Na primeira página do *hotsite*, como já destacamos na parte da sua contextualização, é solicitado ao internauta que selecione a língua a partir da qual pretende navegar: espanhol, inglês ou português. A oferta de diferentes línguas pode ser entendida como uma forma de atingir um maior número de pessoas, oriundas de diferentes nacionalidades, que possam dominar um dos três idiomas disponíveis. É importante destacar que, neste trabalho, analisamos o discurso sobre Porto Alegre pela língua portuguesa.

Em uma breve observação das versões em inglês e espanhol, percebemos que os enunciados traduzidos conseguem, na maioria das vezes, refletir a ideia proposta pela página. No entanto, como a própria concepção bakhtiniana de linguagem prevê, toda enunciação é uma ressignificação, uma reelaboração, o que significa dizer que, no caso específico da tradução, cada versão apresenta sua singularidade. Considerando que o *hotsite* aborda aspectos culturais da cidade, parece ser compreensível que possa haver dificuldade em traduzir expressões típicas, como churrasco, chimarrão etc.

Escolhido o idioma, o internauta acessa a página do *hotsite* destinada à escolha da cidade a ser consultada.

3.2 PÁGINA DE ESCOLHA DA CIDADE

Imagem 2 - Página de escolha da cidade



Fonte: *Seleção Brasileira de Cidades* (<http://www.braziltour.com/worldcup/>)

Na apresentação da página de escolha da cidade a ser visitada, vemos três jogadores centralizados na página, representando Manaus, Natal e Porto Alegre, em um foco aproximado. O *link* “escolha um jogador” (centralizado na parte superior da página) proporciona o acesso a informações sobre as 12 cidades que sediarão os jogos da Copa do Mundo. Cada cidade é representada por um dos 12 jogadores, que se encontram alinhados em um campo de futebol, portando bolas de futebol e vestindo uniforme branco, cuja camiseta traz, na frente, o nome de cada cidade-sede, em ordem alfabética: Belo Horizonte, Brasília, Cuiabá, Curitiba, Fortaleza, Manaus, Natal, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo.

Na parte central, em um nível abaixo dos jogadores, há uma espécie de escudo de um time de futebol com o seguinte enunciado: “Seleção Brasileira de Cidades”, antecedido com o nome do país: Brasil. No lado direito do escudo, aparece o enunciado “Uma seleção de cidades pronta para entrar em campo” e, do lado esquerdo, “Conheça nossa escalação para a Copa do Mundo de 2014”. Na parte inferior, é disponibilizado acesso a redes sociais, como facebook, twitter e youtube. Tanto o escudo quanto o acesso às redes sociais aparecem na mesma posição nas páginas subsequentes. O enunciado “Escolha um jogador” também aparece em outras páginas, possibilitando que o internauta possa acessar outra cidade.

Considerando a importância dessa página para a escolha da cidade a ser consultada, é possível perceber que a cidade de Porto Alegre recebe uma projeção especial, ao aparecer em um primeiro plano, junto com Manaus e Natal, após a escolha da língua (como mostra a Imagem 1). O conjunto dos 12 jogadores, contornados pelas arquibancadas, representam uma equipe de futebol em campo, formada de cidades, como se pode perceber pelo enunciado do escudo, que também é o nome do *hotsite*: “Seleção Brasileira de Cidades”.

No enunciado “Seleção Brasileira de Cidades”, a força valorativa da palavra “seleção” merece destaque, considerando que uma seleção de futebol representa um grupo de jogadores cuidadosamente escolhidos para fazer parte de uma equipe que representa um país. No caso em foco, fazer parte da “Seleção Brasileira de Cidades” é ser uma cidade brasileira que possui características apropriadas para sediar jogos da Copa do Mundo que outras cidades possivelmente não têm.

Associando o enunciado “Seleção Brasileira de Cidades” à “Seleção Brasileira de Futebol”, podemos perceber a circulação de vozes relativas ao sentimento de nacionalidade, de patriotismo. Se, em uma copa do mundo, cada cidadão da nação parece se transformar em torcedor do time do seu país, em uma copa do mundo, cuja seleção é constituída de cidades, podemos considerar que cada cidadão se sinta integrante da seleção ao morar no Brasil, em especial em uma das cidades-sedes do evento.

Tendo em vista a constitutiva relação entre o locutor e o interlocutor, temos de considerar a ideia de uma “seleção de cidades” que projeta um interlocutor interessado em conhecer o conjunto das cidades brasileiras escolhidas para sediar os jogos. Os enunciados “Uma seleção de cidades pronta para entrar em campo” e “Conheça nossa escalação para a Copa do Mundo de 2014” reforçam a ideia de “seleção”, ao imprimirem avaliações positivas à equipe: “pronta para entrar em campo” e “nossa escalação”. Enquanto no primeiro caso, o locutor enfatiza a boa preparação do time para a competição, no segundo, dispõe ao interlocutor o elenco de jogadores (cidades). A página de escolha da cidade, desse modo, apresenta-se como um convite ao internauta. Algo como você está sendo convidado a “escolher um jogador”, ou seja, uma “cidade preparada” para recebê-lo durante os jogos da Copa do Mundo de 2014.

Com a escolha do jogador representando Porto Alegre, o internauta é conduzido a ter acesso à página inicial sobre Porto Alegre.

3.3 PÁGINA INICIAL DE VISUALIZAÇÃO DE PORTO ALEGRE

Imagem 3 – Página inicial de visualização de Porto Alegre



Fonte: *Seleção Brasileira de Cidades* (<http://www.braziltour.com/worldcup/>)

Na primeira página de Porto Alegre são apresentados, à esquerda da tela, os links que apresentam características da cidade: perfil, fotos, vídeo, pontos turísticos, destinos próximos e comentários. O conteúdo do *perfil* da cidade, que já aparece acionado, é destacado em uma janela no centro da página e apresenta os seguintes itens: nome, estado, idade, posição e habilidades. A escolha das opções vai definir o que aparecerá ao internauta.

As *fotos*, que aparecem, se acionado o link, são introduzidas pelo seguinte enunciado: “Que lugar é esse?” Os lugares fotografados são Fundação Iberê Camargo (2 fotos - Porto Alegre), Catedral de Pedra (Canela), Cascata do Caracol (Canela), Parque temático mundo a vapor (Canela), Pórtico de Gramado (Gramado), Vista de Gramado, Lago Negro (Gramado), Usina do Gasômetro (Porto Alegre), Bric da Redenção (Porto Alegre), Cais do porto (2 fotos - Porto Alegre), Moinho (Porto Alegre), Museu de Arte do Rio Grande do Sul (3 fotos - Porto Alegre), Capital Metropolitana (Porto Alegre), Orla do Guaíba (Porto Alegre), Parque da Redenção (2 fotos - Porto Alegre), Lago Guaíba (Porto Alegre), Churrasco na vala (Porto Alegre).

No vídeo de um (1) minuto, aparecem imagens de Porto Alegre e de outros lugares do Rio Grande do Sul. Vários enunciados ilustram as cenas em circulação: “Tradição e modernidade”, “Paisagem romântica e acolhedora”, “Experiências únicas”, “Diversão para todos” e “Herança européia preservada”.

A partir do link *pontos turísticos*¹², seria possível acessar o Google maps, que mostraria o mapa da cidade com os pontos turísticos cadastrados na página, como o parque Moinhos de Vento e a Usina do Gasômetro. Quanto aos *destinos próximos*, são apresentadas informações sobre Gramado, Canela, São Miguel das Missões, Parque Nacional Aparados da Serra, Roteiro da uva e do vinho e Praias gaúchas. No link *comentários*, os internautas têm espaço para escreverem sobre suas opiniões.

Na página inicial de visualização sobre Porto Alegre, como mostra a Imagem 3, é possível percebermos informações importantes sobre a cidade, como idade (238 anos), Estado e localização geográfica, tendo em vista o objetivo de atingir os turistas que poderão escolher Porto Alegre para assistir aos jogos da Copa. Essas informações também são importantes como elementos constitutivos da construção da imagem discursiva da cidade de Porto Alegre.

Seguindo esse raciocínio, merecem atenção os conteúdos dos itens do *perfil*. Em “habilidades”, por exemplo, observamos o seguinte enunciado estampado na página inicial de visualização: “Cultura regional, vida noturna agitada e um delicioso churrasco”. A reflexão sobre esse enunciado é importante, já que ele ocupa uma posição espacial privilegiada. É o primeiro de um enunciado mais amplo, que continua na página seguinte e que será analisado na próxima seção.

Observando o enunciado “Cultura regional, vida noturna agitada e um delicioso churrasco”, podemos perceber o foco em três características da capital dos gaúchos, todas positivamente avaliadas, que projetam um interlocutor interessado pela cultura, pela vida noturna e pela alimentação dos porto-alegrenses. Quanto à “cultura regional”, o tom valorativo recai sobre o diferencial de uma cidade ter uma cultura própria, “regional”, no caso da região Sul do Brasil. É possível relacionar a cultura regional com a vinda de colonizadores europeus, principalmente espanhóis, portugueses, alemães e italianos, e de outras nacionalidades como os indígenas, africanos e judeus. A heterogeneidade cultural dos

¹² Como observado anteriormente, o link apresenta falhas, não permitindo visualizar o mapa.

imigrantes, propagadas na alimentação, trabalho, vestuário, habitações etc., contribuiu para singularizar uma cultura dos gaúchos, uma cultura regional hibridizada, que mantém viva a história de seus antepassados.

No que se refere à “vida noturna agitada”, a valoração expressa pelo modificador “agitada” revela possibilidades de entretenimento na noite de Porto Alegre. No que tange a “um delicioso churrasco”, a valoração positiva do prato típico dos gaúchos é enfatizada pelo adjetivo “delicioso”, que revela a satisfação pelo sabor dessa iguaria gaúcha. Há, no conjunto do enunciado, uma evolução de características mais amplas para mais específicas, de menos avaliativas para mais avaliativas: cultura regional + vida noturna agitada + um delicioso churrasco.

A relação eu/outro na página inicial de visualização sobre Porto Alegre aproxima em termos virtuais o locutor e o interlocutor. O cronotopo adquire um novo sentido: não é necessária a presença física na cidade, pois o internauta é convidado a conhecer características da cidade de sua própria casa. São fotos, vídeos, pontos turísticos etc. disponibilizados pelo *hotsite Seleção Brasileira das Cidades*. Nesse jogo de presença e ausência, ao mesmo tempo em que o interlocutor é convidado a conhecer Porto Alegre, a ele também é permitido ficar em casa, usufruindo das informações disponibilizadas nas páginas.

A interação com as redes sociais orienta para a interlocução com diferentes internautas. Como *hotsite* de turismo, a página na Internet é peça-chave para o oferecimento das informações sobre a cidade de Porto Alegre aos turistas/torcedores da Copa do Mundo. De forma interativa, o usuário é convidado a explorar várias partes da cidade, aproximando-se dela: um europeu pode ver a mesma coisa que um americano, sem sair de casa.

Considerando as características observadas na página em foco, é possível depreender traços do discurso do turismo (dados informacionais) e dados do discurso publicitário (valorização de particularidades).

Passamos a analisar a continuação do enunciado analisado do item “habilidades”, pertencente ao link “perfil”.

3.4 VISUALIZAÇÃO DO PERFIL DE PORTO ALEGRE

Imagem 4 – Página de visualização do perfil de Porto Alegre



Fonte: *Seleção Brasileira de Cidades* (<http://www.braziltour.com/worldcup/>)

O texto do item “habilidades” (“perfil”) que segue o enunciado “Cultura regional, vida noturna agitada e um delicioso churrasco” é o seguinte:

“Porto Alegre é peça importante desta seleção de craques. Com passes precisos, quando entra em campo sempre promete um show de bola. Rico em espaços culturais e praticamente um museu a céu aberto, a cidade encanta o torcedor, que vai poder apreciar um delicioso churrasco e um chimarrão quentinho. É só jogar a bola na rede e correr para o abraço”.

No enunciado “Porto Alegre é peça importante desta seleção de craques”, Porto Alegre, com um jogador integrante da Seleção Brasileira de Cidades, é considerado “peça importante” e um “craque” selecionado para a equipe.

A escolha das palavras que qualificam Porto Alegre no movimento do discurso – “Com passes precisos, quando entra em campo sempre promete um show de bola” – faz circular acentos valorativos próprios de um bom jogador de futebol, reconhecido por suas qualidades e habilidades. A ideia de “sempre” prometer um show de bola remete a uma ocorrência constante, que permite colocar em relação dialógica dois bem sucedidos profissionais: um craque do futebol e a cidade de Porto Alegre. Enquanto o jogador tem “passes precisos”, a cidade tem determinação, decisões acertadas.

Seguindo a ordem dos enunciados, podemos perceber que, no primeiro enunciado da página em foco, Porto Alegre é indicada como jogador da Seleção, no segundo a cidade é tratada como jogador e, no terceiro, como se pode observar a seguir, ela é considerada como cidade que recebe turistas: “Rico em espaços culturais e praticamente um museu a céu aberto, a cidade encanta o torcedor, que vai poder apreciar um delicioso churrasco e um chimarrão quentinho”.

Analisando esse enunciado, percebemos relações dialógicas instauradas, sob dois aspectos, com o primeiro enunciado analisado (seção anterior) na página inicial sobre Porto Alegre: a questão cultural (“cultura regional”) e a questão gastronômica (“um delicioso churrasco”). Ao apresentar a cidade como rica “em espaços culturais e praticamente um museu a céu aberto”, há uma avaliação positiva sobre a presença de espaços de cultura na cidade e uma ênfase à cultura urbana, ao destacar ‘um museu a céu aberto’, que pode ser relacionada à arquitetura, museus, ruas etc. Quanto à questão gastronômica, a comida - “um delicioso churrasco” - é novamente posta em cena, seguida da bebida: “um chimarrão quentinho”. O prato e a bebida típicos gaúchos são valorados com os qualificadores “delicioso” e “quentinho”, respectivamente, convidando o interlocutor a experimentar os sabores sulinos.

O churrasco e o chimarrão refletem e refratam aspectos da cultura regional. A carne assada e a erva-mate bebida quente são signos conhecidos dos gaúchos. É possível associar, considerando o direcionamento ao turista, que o calor dos alimentos servidos quentes podem dar uma sensação de conforto, aconchego. Se “a cidade encanta o torcedor, que vai poder apreciar” as iguarias, como o locutor enuncia, o turista ao chegar a Porto Alegre poderá ter acesso à cultura gaúcha por meio do ritual da roda de chimarrão e da conversa em volta do preparo do churrasco.

O enunciado que encerra o item “habilidades”, do link “perfil”, “É só jogar a bola na rede e correr pro abraço”, retoma a associação da cidade a um jogador, um craque, que cumpre seu objetivo: fazer gol. Se a cidade, como o jogador, atinge o objetivo, então sua missão está cumprida. É nesta direção que o enunciado é valorado e promove a cidade de Porto Alegre como um espaço importante e adequado para sediar os jogos da Copa do Mundo.

No conjunto dos enunciados do link “perfil”, percebemos que a escolha de palavras, próprias do discurso futebolístico, como “passes”, “seleção”, “craques”, “show de bola”,

“torcedor”, “bola”, rede”, e próprias do discurso do turismo, ao enfatizar características de posição geográfica, espaços culturais, museus e gastronomia, revela uma hibridização de recursos discursivos voltados para a valorização da cidade e para atingir o torcedor-turista.

Passamos na seção seguinte a observar o link “fotos”.

3.5 VISUALIZAÇÃO DE FOTOS DE PORTO ALEGRE E REGIÃO SERRANA

Imagem 5 - Página de visualização de fotos de Porto Alegre e Região Serrana



Fonte: *Seleção Brasileira de Cidades* (<http://www.braziltour.com/worldcup/>)

As imagens visualizadas a partir do link “Fotos” referem-se à cidade de Porto Alegre e regiões vizinhas. Quanto às fotos da cidade, são exploradas imagens de lugares mais ou menos conhecidos fora de Porto Alegre. Se, por um lado, mostrar ao turista o que é mais reconhecidamente associado à capital dos gaúchos é um recurso interessante para reiterar características de Porto Alegre, por outro, mostrar o que é menos conhecido funciona como uma estratégia para promover particularidades da cidade. As fotos retratam a Fundação Iberê Camargo (2 fotos), o Museu de Arte do Rio Grande do Sul – MARGS (2 fotos), o Centro Cultural Usina do Gasômetro, o Parque Redenção (2 fotos), o Cais do Porto (2 fotos), o

Moinho do Parque Moinhos de Vento e a Catedral Metropolitana¹³. Há outras fotos como o Brique (Bric) da Redenção, a orla do Guaíba (2 fotos) e o churrasco preparado na vala. Quanto às fotos das regiões vizinhas, aparecem imagens de Canela (Catedral de Pedra, Cascata do Caracol e Parque temático Mundo a Vapor) e Gramado (Pórtico, Lago Negro e residências).

As fotos que compõem o link são cuidadosamente escolhidas, tanto no que tange ao cenário e o ângulo escolhido e fotografado, quanto à qualidade das imagens. Refletir, mesmo que rapidamente, sobre os lugares escolhidos para representar fotos da cidade e região faz-se necessário, considerando o objetivo geral deste trabalho: analisar como se constrói discursivamente a imagem de Porto Alegre no *hotsite Seleção Brasileira de Cidades*, observando relações de sentido instauradas na circulação nos enunciados.

Dentre as fotos selecionadas, podemos agrupá-las em sete segmentos: museus, parques, igrejas, centro cultural, paisagens, colonização e gastronomia. Museus: Fundação Iberê Camargo (2 fotos) e MARGS (3 fotos); Parques: Parque da Redenção (3 fotos), uma focada no lago, outra nas colunas/pórtico e outra focada no Brique da Redenção, Parque Moinho de Vento, com foco no moinho e Parque Temático Mundo a Vapor de Canela; Igrejas: Capital Metropolitana de Porto Alegre e Catedral de Pedra de Canela; Centro cultural: Centro Cultural Usina do Gasômetro; Paisagens: Rio Guaíba (4 fotos), uma foto focaliza o Cais do Porto e refere-se à Bienal do Mercosul, outra focaliza o centro de Porto Alegre que margeia o Guaíba e também refere-se à Bienal, outra foto focaliza o rio, em uma perspectiva de cima, e refere-se à orla do Guaíba, a quarta foto do Guaíba focaliza um barco no rio e tem como fundo a cidade, referindo-se a passeio de barco; Cascata do Caracol (Canela) e Lago Negro (Gramado). Por fim, aparecem fotos que remetem à Colonização - Pórtico de Gramado e vista de Gramado, que revela características da arquitetura de influencia alemã - e Gastronomia (churrasco na vala).

A partir dos segmentos apreendidos, é possível perceber que características da cidade de Porto Alegre e regiões vizinhas compõem a tessitura da imagem discursiva de Porto Alegre, uma sede dos jogos da Copa do Mundo de 2014 que tem museus, parques, igrejas,

¹³ Há um equívoco na identificação da foto da Catedral Metropolitana, que é denominada como sendo o Museu Júlio de Castilhos.

centro cultural, paisagens, colonização e gastronomia a oferecer aos turistas. Embora não façamos uma análise da ordem das fotografias apresentadas, achamos importante destacar a primeira foto e a última. A escolha da primeira fotografia a fazer parte de um conjunto de fotos é significativa, principalmente quando o foco é apresentar o que a cidade tem de bom para atrair turistas para os jogos de 2014. A primeira foto com a Fundação Iberê Camargo reforça a ideia de mostrar os museus da cidade, muito comum em cidades que querem atrair turistas e em *sites* de turismo. A questão dos museus é um forte componente da imagem de Porto Alegre, já que a Fundação Iberê Camargo aparece em duas e o MARGS em três fotos. O número de fotografias de cada ponto turístico é relevante para esta reflexão, uma vez que revela a ênfase dada aos museus no link “fotos”, o que contribui para refletirmos sobre a imagem da cidade. Também a questão dos museus deve ser associada ao conteúdo do link “perfil” que contém, como analisamos em seção anterior, enunciados que entram em relação de sentidos, relação dialógica, com a ideia expressa pela fotos: “cultura regional, vida noturna e delicioso churrasco” e “rico em espaços culturais e praticamente um museu a céu aberto”.

A última foto, diferente de todas as outras, não mostra lugares a serem conhecidos, mas sim um prato típico dos gaúchos, próprio da tradição regional, o churrasco na vala. O diferencial desse prato é a forma de preparo. Enquanto que o churrasco, de modo geral, é preparado em churrasqueira de alvenaria e a carne é espetada em hastes de alumínio ou de aço inoxidável, o churrasco na vala é preparado em uma vala aberta no chão, cujos espetos são de pau. Ao escolher o churrasco na vala para fechar o rol das fotografias que ilustram a cidade de Porto Alegre, o locutor dá ênfase à cultura regional do povo gaúcho, ao modo mais tradicional de preparar o churrasco, o que remete à preservação das tradições gaúchas.

Colocando em relação dialógica a foto do churrasco na vala com enunciados das “habilidades” do “perfil”, percebemos que nas “habilidades” aparece em dois momentos a expressão “delicioso churrasco”: “cultura regional, vida noturna e delicioso churrasco” e “Rico em espaços culturais e praticamente um museu a céu aberto, a cidade encanta o torcedor, que vai poder apreciar um delicioso churrasco e um chimarrão quentinho”. Se nas “habilidades” o churrasco é “delicioso”, nas fotos ele é “na vala”. São modificadores que imprimem uma relação de apreciação e respeito pelos pratos gaúchos, ressaltando seu sabor e modo de preparo, de forma a mostrar o que Porto Alegre tem de bom. Embora nas “habilidades” o locutor tenha realçado o churrasco e o chimarrão, na parte das fotos o chimarrão não é considerado.

Ainda é válido destacar que o número de fotos de cada cena retratada representa um elemento significativo para esta reflexão. Além de duas fotos de cada museu (Fundação Iberê Camargo e MARGS), o Parque da Redenção tem três fotos e o Guaíba tem quatro fotos. A ênfase aos museus, ao Parque da Redenção e ao Guaíba revela uma cidade preparada para receber o turista, uma cidade que tem o que oferecer em termos de cultura e de belezas naturais. O rio Guaíba aparece não só em fotos nas quatro fotos a ele dedicadas, mas também em mais duas: uma da Fundação Iberê Camargo e outra da Usina do Gasômetro. Considerando que o rio Guaíba aparece em seis fotos, ele é também um elemento significativo para a construção da imagem de Porto Alegre.

Quanto às regiões vizinhas, Gramado e Canela são as cidades contempladas nas fotografias. Podemos entender que é com essas cidades que o locutor alia Porto Alegre na construção de uma imagem híbrida. Entremeadas às fotos de Porto Alegre, sem uma preocupação com a ordem de apresentação, as cidades ilustram pontos turísticos a serem desbravados pelos torcedores da Copa do Mundo de 2012.

O discurso do turismo é entremeado pelas fotografias e a legenda das fotos. A cidade de Porto Alegre e as cidades de Gramado e Canela são apresentadas ao interlocutor como lugares de referência para a viagem. O locutor endereça seu discurso a um interlocutor que busca opções de passeio em museus, parques, igrejas, centro cultural, cidades da serra e que queira apreciar a gastronomia da região. As fotos indicam possíveis caminhos a serem percorridos pelos turistas. O discurso do turismo aparece entrelaçado com o discurso publicitário que, como observa Maingueneau (2010, p.169), “tende a se aplicar a qualquer zona do universo do discurso”, “tende a invadir todas as formas de enunciação”. No caso em foco, considerando a ênfase a pontos estratégicos das cidades de Porto Alegre e de Gramado e Canela (cidades com traços da colonização europeia), é possível perceber a valorização dos produtos e serviços disponibilizados por esses lugares. Tais produtos e serviços são postos à venda, isto é, há um amplo mercado a ser movimentado com o recebimento dos turistas para a Copa do Mundo: hotéis, restaurantes, áreas de lazer, comércio, serviços públicos etc.

Para Castells e Borja (1996), uma das características de uma cidade tornar-se o interesse de um turista é que ela seja apresentada como uma mercadoria, pois a administração da cidade deve mostrar o que de melhor ela possui, ou o que a faz tão atraente para o turista conhecê-la e não ir a outros lugares.

Com relação ao link “fotos”, percebemos, assim como observamos no “vídeo”, a seguir analisado, que não há referência a futebol e a Copa do Mundo. Nenhum dos possíveis estádios que sediará os jogos é fotografado e nenhum dos times gaúchos é referido. O que se percebe é que a ênfase não é dada ao esporte, propriamente, mas sim à divulgação da região para os turistas. O outro se torna um consumidor em potencial da gastronomia, do tradicionalismo e do lazer, não um simples torcedor. Em relação à constituição da imagem discursiva de Porto Alegre, podemos dizer que as características do futebol gaúcho não são consideradas na representação da cidade.

Passamos a observar, na seção seguinte, características do conteúdo do link “vídeo”.

3.6 VISUALIZAÇÃO DO VÍDEO SOBRE PORTO ALEGRE E REGIÃO SERRANA

Para a reflexão sobre o “vídeo” de um minuto que apresenta imagens de Porto Alegre e da Região Serrana, organizamos a análise em cinco subseções, em consonância com as imagens selecionadas, que contemplam a primeira cena dos enunciados verbais que a integram: “Tradição e modernidade”, “Paisagem romântica e acolhedora”, “Experiências únicas”, “Diversão para todos” e “Herança européia preservada”.

Imagem 6 - Trecho do vídeo sobre Porto Alegre e Região Serrana – “Tradição e modernidade”



Fonte: *Seleção Brasileira de Cidades* (<http://www.braziltour.com/worldcup/>)

No início do vídeo, aparecem cenas do Mercado Público de Porto Alegre, sua fachada no centro da cidade, o movimento de pessoas nos seus corredores e a exposição de erva mate em uma banca.

Na sequência, aparece o enunciado “Tradição e modernidade” na parte inferior do vídeo. Esse enunciado perpassa os seguintes cenários: (i) um jovem que, no meio de bancas no Mercado Público e de exposição de cuias (recipiente para o preparo do chimarrão), oferece chimarrão para o interlocutor (telespectador) (Imagem 6); (ii) prédios antigos e altos do centro da cidade; (iii) torre de uma igreja; (iv) casal com uma criança de colo no meio de uma bandinha em uma festividade na rua. O jogo entre o verbal e o visual nas cenas produzidas cria efeitos interessantes para a produção da imagem discursiva de Porto Alegre. Quanto à dimensão verbal, o enunciado “Tradição e modernidade” remete a duas características de Porto Alegre que se somam, ou seja, não é só tradição e não é só modernidade. As duas dimensões se complementam. As palavras “tradição” e “modernidade” refletem e refratam as cenas que a integram: a tradição do chimarrão cultivada pela geração de hoje, a tradição dos prédios altos do centro da cidade e a tradição da igreja, e a tradição da bandinha de rua e a modernidade de um jovem casal com a filhinha de colo. O novo se funde com o “velho”, corroborando a importância da história do cronotopo de Porto Alegre.

Embora o enunciado “Tradição e modernidade” perpassasse somente as cenas elencadas, ele é ilustrado em diferentes cenários. Os museus e o mercado recordam épocas distintas nos traços arquitetônicos. Próximo a eles estão projetos modernos que representam a evolução da cidade. Ao mesmo tempo que o discurso revela uma cidade que preserva o passado, mostra uma cidade voltada para o futuro. Há, na constituição discursiva da imagem de Porto Alegre, uma hibridização que mescla história e modernidade. O passado, o presente e o futuro estão interligados no enunciado, no discurso da cidade e da cultura do povo.

Essa hibridização também é estampada na mescla de lugares retratados no vídeo. O vai e volta de cenas de Porto Alegre e da Serra exige atenção do telespectador para o acompanhamento dos lugares filmados. O turista que conhece a cidade pela primeira vez pelo *hotsite* pode ter dificuldade de identificar o que é de Porto Alegre e o que não é e de onde é, pois não há legendas indicando o nome e a localização dos lugares.

O vídeo mostra o preparo do chocolate, uma criança comprando chocolate em uma loja de doces, pessoas andando no pedalinho no Lago Negro em Gramado, imagens de construções típicas de colonização alemã, a flora característica da região serrana e o chimarrão bebido por habitantes da colônia. Esses cenários também fazem soar vozes da tradição e da modernidade.

Voltando à capital, aparece um casal com idade mais avançada sentado em um banco em espaço público, conversando e tomando chimarrão. A felicidade do casal é estampada no sorriso do homem. O cronotopo é marcado pela cultura do chimarrão presente em diferentes estágios e classes sociais de Porto Alegre. O chimarrão torna-se um símbolo da hospitalidade e afetividade. As cenas em que aparece o chimarrão, como o jovem que oferece a bebida no Mercado Público, a mulher que sorve o mate na labuta diária, na região da Serra Gaúcha, e o casal que toma mate em um espaço público, remetem à polivalência da bebida na cultura gaúcha. Em diferentes momentos do cotidiano, desde o lazer até o trabalho, o mate é companheiro. Também é possível estabelecer relações dialógicas com a roda de chimarrão, própria da tradição gaúcha. Compartilhar a bebida, na cultura gaúcha, é uma forma de integração, sendo a origem desse costume transmitida através do contato dos colonizadores europeus com os índios que viviam nessa região.

Colocando em relação os enunciados já analisados no vídeo em foco, podemos perceber que as cenas sobre o chimarrão no vídeo recuperam, de certo modo, o “chimarrão quentinho” já discutido no “perfil”. Por conseguinte, envolta à ideia do chimarrão como bebida típica gaúcha, elemento importante para a constituição da imagem de Porto Alegre, está o apelo ao interlocutor do enunciado, o turista da Copa do Mundo, para conhecer a bebida.

No jogo de vai e vem, outras cenas de Porto Alegre são convocadas: a Praça da Matriz, a Casa de Cultura Mario Quintana, o Parque da Redenção, a Catedral. Da mesma forma, a Serra aparece em imagens de parreirais, vinícolas, parques e confraternização entre amigos. Tais cenas entram em relação dialógica com as “fotos” anteriormente analisadas, em que o Parque da Redenção e a Catedral foram fotografados. Ao fotografar e gravar um dado ponto turístico mais de uma vez, observa-se a ênfase dada ao objeto de dizer, fator que desencadeia diferentes relações de sentidos.

Na sequência do vídeo, emerge o enunciado “Paisagem romântica e acolhedora”.

Imagem 7 – Trecho do vídeo sobre Porto Alegre e Região Serrana – “Paisagem romântica e acolhedora”



Fonte: *Seleção Brasileira de Cidades* (<http://www.braziltour.com/worldcup/>)

O enunciado “Paisagem romântica e acolhedora” surge quando pessoas com a fisionomia alegre aparecem em torno de uma farta mesa, em um restaurante na Região Serrana, degustando vinho e comendo *fondue*. Além da cena da mesa, o enunciado aparece para logo desaparecer na cena seguinte, em que uma família tira fotos, com roupas que relembram a vinda dos primeiros imigrantes no ambiente rural da Serra.

O enunciado “Paisagem romântica e acolhedora” traz para a circulação dos sentidos a valoração “romântica e acolhedora” da “paisagem” serrana. O romantismo pode ser percebido pelas paisagens com muito verde e com pessoas alegres, como o passeio no Lago Negro, o abraço no filho, o vinho e o brinde com amigos, o que reforça a ideia de acolhimento, do bem receber, e da afetividade. Nesse mesmo campo semântico, a questão da família é posta em evidência. Em muitas cenas, casais com ou sem filhos são os protagonistas da paisagem. Na foto da família que representa os imigrantes, uma criança e uma moça representam as filhas do casal.

A integração de traços da tradição do povo gaúcho e da cultura europeia convida o turista a conhecer a cultura híbrida gaúcha, a singularidade cultural. Na observação de como se constitui a imagem discursiva de Porto Alegre no *hotsite Seleção Brasileira de Cidades*, no caso específico do vídeo, podemos perceber, além de aspectos da tradição e modernidade, acolhimento e afetividade como elementos comuns ao gaúcho.

Na sequência, tomamos o enunciado “Experiências únicas”.

Imagem 8 – Trecho do vídeo sobre Porto Alegre e Região Serrana – “Experiências únicas”



Fonte: *Seleção Brasileira de Cidades* (<http://www.braziltour.com/worldcup/>)

O enunciado “Experiências únicas” emerge quando pessoas observam e fotografam o Parque Nacional dos Aparados da Serra. Continua em mais dois ângulos da paisagem: uma distanciada e outra aproximada.

A força valorativa da palavra “únicas”, modificando “experiências”, assinala a singularidade de conhecer um lugar especial, cujos cânions e cachoeiras ficam entre a fronteira dos estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina.

A singularidade da experiência pode ser expressa pelo contato com um cenário ímpar; a natureza é grandiosa e convidativa. Podemos dizer que o contato com a natureza, a estrada, são típicos elementos da cronotopia: conhecem-se lugares intocados pelo homem, preservados desde tempos antigos. O espaço invade o homem, mas o homem não modifica esse espaço, não porque não pode, mas porque deseja que outros tenham essa experiência.

Ao mostrar lugares particulares, preservados, evidencia-se um convite às “experiências únicas”, irrepetíveis.

Observemos, a seguir, o enunciado “Diversão para todas as idades”.

Imagem 9 – Trecho do vídeo sobre Porto Alegre e Região Serrana – “Diversão para todas as idades”



Fonte: *Seleção Brasileira de Cidades* (<http://www.braziltour.com/worldcup/>)

Na sequência do vídeo, uma família com dois filhos pequenos aparece sorrindo em frente ao Pórtico de Gramado. A seguir, aparece o trem de passeio (Maria-fumaça), em quatro ângulos, um voltado para o seu conjunto, outros dois voltados para suas janelas, onde senhoras ocupam os lugares (Imagem 9) e pessoas que fotografam o passeio, em outro ângulo o Maria-fumaça aparece como pano de fundo de um alegre casal com uma criança de colo. Na parte inferior do vídeo, em que aparecem as senhoras na janela, emerge o enunciado “Diversão para todas as idades”. Tal enunciado desaparece na cena do casal e da criança de colo.

A força valorativa da palavra “todas”, no enunciado em foco, instaura uma ideia de totalidade. Com esse enunciado, o locutor posiciona-se afirmando que “todos”, independentemente da idade, têm diversão à disposição. Considerando que as cenas são da Região Serrana e que o enunciado perpassa as cenas do trem, podemos dizer que a diversão para todos é relacionada ao passeio no Maria-fumaça. Isso pode ser constatado pela variação de idade dos protagonistas das cenas: senhoras com mais idade, pessoas de meia idade e um jovem casal com uma menina no colo.

Tendo em vista que o vídeo constitui a apresentação de Porto Alegre para turistas da Copa do Mundo, consideramos que as características também são atribuídas à cidade. A região da Serra é conjugada ao cenário de Porto Alegre como se fossem um só lugar. Tais particularidades permitem dizer que a cidade está preparada para acolher quem desejar visitar a região, sem restrições de idade.

Em grande parte das atrações turísticas veiculadas no vídeo, aparece a imagem de um casal ou de crianças com seus pais divertindo-se. A alegria da família inteira, do passeio em conjunto, já que há “diversão para todos”, enfatiza a relação entre a beleza do lugar e a beleza da família.

No discurso do turismo, emergem vozes sobre o discurso publicitário, que tem como foco a valorização de algo para o seu consumo, e o discurso conservador, que evidencia a família com filhos, nos moldes tradicionais. São diferentes características que constituem a imagem de Porto Alegre, uma cidade comprometida a proporcionar diversão de diferentes níveis culturais e artísticos para “todos”.

Passamos a observar a seguir o enunciado “Herança europeia preservada”.

Imagem 10 — Trecho do vídeo sobre Porto Alegre – “Herança europeia preservada”



Fonte: *Seleção Brasileira de Cidades* (<http://www.braziltour.com/worldcup/>)

Na sequência do vídeo, aparece um conjunto de cenas, que pode ser associada ao enunciado “Herança europeia preservada”: mesa de embutidos (queijos e salames), casa responsável pela confecção de produtos oriundos de ovinos (Casa da ovelha), araucárias, campos, parques ocupados por casais de namorados e danças típicas gaúchas (com trajes típicos: vestido de prenda e chiripá e bombacha para os homens).

O enunciado “Herança europeia preservada” é carregado de valor. As três palavras que o integram são cuidadosamente escolhidas, considerando a finalidade maior do enunciado:

conquistar o turista. A valorização da cultura gaúcha é enfatizada pelo locutor via posição avaliativa positiva da influência da colonização europeia. Se o legado europeu é importante para a cultura gaúcha, a preservação dele é destacada pela visualização dos queijos, do parque e da dança. Uma série de enunciados não-verbais entram em relação dialógica com o enunciado verbal e convidam o interlocutor a fazer parte dessa cultura durante os jogos de 2014.

Nas cenas que ilustram o enunciado em foco “A herança europeia preservada”, predomina a aproximação das pessoas, seja pela dança, seja pela culinária. O pano de fundo para vivenciar a cultura europeia, singularizada na cultura gaúcha, é propiciada ao turista pelos passeios em Porto Alegre e na Serra Gaúcha.

A preservação da cultura europeia remete ao primeiro enunciado do vídeo: “Tradição e modernidade”. Entretanto, convém lembrar que não visualizamos apenas as tradições europeias, mas também a presença indígena está marcada nos traços da identidade gaúcha por meio do chimarrão e das boleadeiras, como mostra uma cena de dança. Preservar a herança cultural desses povos é preservar a “tradição”, as raízes da colonização do Rio Grande do Sul. Na sequência do vídeo, a “modernidade” é enfocada: bandas de música, bar noturno, danceteria e a arquitetura interna do Aeroporto Salgado Filho. A vida noturna, antes não explorada no vídeo, recupera o primeiro enunciado de “habilidades” do link “perfil”: “Cultura regional, vida noturna agitada e um delicioso churrasco”. A “vida noturna agitada” pode ser associada às imagens das bandas de música, do bar noturno e da danceteria propagadas no vídeo. São opções de lazer para a noite de Porto Alegre.

Após as cenas elencadas, aparecem: uma mulher dançando enquanto alguém tocado gaita e, em outra cena, aparecem duas meninas no meio de um vinhedo. A gaita e o vinho também são elementos constitutivos da cultura gaúcha e, ao aparecerem no vídeo, integram-se a características da imagem discursiva de Porto Alegre. A tradição e a modernidade mais uma vez são entremeadas no *hotsite*, fazendo circular a constituição híbrida de Porto Alegre, uma cultura tradicional e moderna.

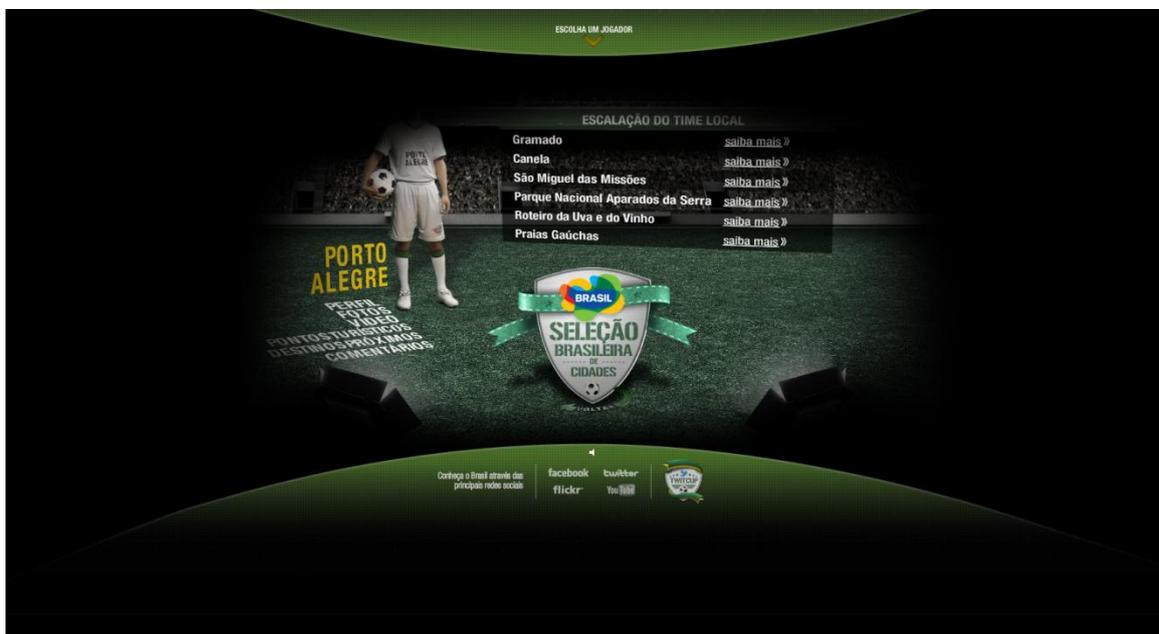
A última cena que encerra o vídeo é uma pessoa, junto a uma bicicleta, na orla do Guaíba. O ângulo da imagem ressalta o pôr do sol do Guaíba, reconhecido pela sua beleza, como pano de fundo do humano. No fechamento da cena do pôr do sol do Guaíba e do vídeo, aparece uma espécie de selo, cujo teor é constituído das palavras “Brasil” e abaixo “Sensacional!”.

Em relação às imagens do vídeo, é interessante observar que, em meio à diversidade de lugares e cidades, o primeiro e o último lugar postos em cena foram cuidadosamente selecionados e são importantes para a construção da imagem discursiva de Porto Alegre. As cenas do Mercado Público são significativas: (i) vista externa - integração ao centro da cidade, com grande movimento de pessoas, carros e ônibus, (ii) vista interna - movimento de pessoas em seus corredores e nas bancas (iii) vista interna - foco no jovem que toma chimarrão. A cena do pôr do sol do Guaíba marca a relação intrínseca de Porto Alegre com o rio, o que é ressaltado pelo enunciado final “Brasil - Sensacional!”. Tal enunciado, enfatizado pelo “sensacional!”, com exclamação, imprime uma valoração positiva não só ao Guaíba e a seu pôr do sol, mas também às cenas mostradas no conjunto do vídeo, articulando elementos verbais e não-verbais na produção de sentidos.

Enquanto o Mercado Público recebe ênfase na parte inicial do vídeo, já que é o cenário de diferentes ângulos nas filmagens, o rio Guaíba recebe ênfase ao fechar o vídeo. Estabelecendo relação dialógica com a seção “fotos”, observamos que o rio Guaíba aparece em seis imagens (fotografias): em quatro como o motivo principal e em duas como pano de fundo. O Mercado Público, por sua vez, não aparece na seção fotos, mas sim no “vídeo”, ocupando uma parte significativa.

3.7 VISUALIZAÇÃO DOS DESTINOS PRÓXIMOS A PORTO ALEGRE

Imagem 11 – Página de visualização dos destinos próximos de Porto Alegre



Fonte: *Seleção Brasileira de Cidades* (<http://www.braziltour.com/worldcup/>)

Nesse link temos a apresentação de seis localidades/roteiros próximos a Porto Alegre: Gramado, Canela e São Miguel das Missões são cidades do estado; o Parque Nacional Aparados da Serra é uma reserva localizada na divisa entre Santa Catarina e o Rio Grande do Sul; o Roteiro da Uva e do Vinho retoma as cidades serranas conhecidas por suas vinícolas e as Praias Gaúchas apresentam peculiaridades do litoral gaúcho.

Os lugares são elencados pelo título de “Escalação do time local”, enunciado que faz referência ao futebol, mais propriamente ao conjunto de jogadores integrantes de um time. Nesse caso, estabelecendo relação dialógica com outros enunciados analisados, a noção de time está associada aos lugares gaúchos (“time local”) que se integram a Porto Alegre. No caso de “Seleção Brasileira de Cidades”, como vimos, a seleção é constituída por cidades-sede da Copa do Mundo de 2014, distribuídas por diferentes regiões brasileiras.

No enunciado “Escalação do time local”, a palavra “escalação” dá uma ideia de escolha. É como se respondesse à seguinte questão: Quais são os lugares gaúchos capacitados a fazer parte do time que joga com Porto Alegre? Tal orientação avaliativa interfere na constituição da imagem discursiva de Porto Alegre ao dar a entender que a cidade não joga sozinha, já que ela interage com outros jogadores, no caso outros lugares. Quanto ao turismo,

a cidade apresenta outras opções ao visitante, ela não se restringe ao seu espaço delimitado. Ela convida o turista a visitar outros espaços além da própria capital.

Nos enunciados correspondentes a cada destino próximo, observamos a valorização de particularidades do lugar, com elementos próprios do discurso destinado a turistas. Quanto à cidade de Gramado, não por acaso a primeira da lista, já que é um ponto de referência internacional do turismo gaúcho, percebemos a valorização da arquitetura colonial, da gastronomia e de eventos anuais que colocam a cidade como importante referência de turismo do país:

“A cidade de Gramado, a 126 km de Porto Alegre, tem todos os requisitos para tornar o seu passeio inesquecível. Só para citar alguns: ruas repletas de charme, arquitetura colonial, requintada gastronomia, as belas tradições italiana e alemã, os famosos festivais de Cinema de Gramado e de Inverno e a Festa da Colônia. Quer mais? Um friozinho gostoso perfeito para saborear os muitos tipos de fondue que os restaurantes da cidade oferecem. Porque o jogador só entra em campo quando está aquecido.”

A seleção de palavras que valorizam o lugar é aparente nos enunciados sobre Gramado, como nas seguintes ocorrências: “passeio inesquecível”, “ruas repletas de charme”, “requintada gastronomia”, “belas tradições italiana e alemã”, “famosos festivais” e “friozinho gostoso perfeito”. A valoração dos enunciados emerge a partir da utilização de modificadores (“inesquecível”, “charme”, “requintada”, “belas”, “famosos” e “gostoso perfeito”) que avaliam positivamente cada aspecto da cidade. Dos recursos utilizados para apresentar positivamente a cidade, talvez o mais enfático seja “friozinho gostoso perfeito”. As três palavras – “friozinho” + “gostoso” + “perfeito” – engendram-se ao enunciado para valorizar discursivamente o que Gramado tem de bom, como é o caso do frio, o inverno da serra gaúcha, que é associado ao inverno europeu. Associando o frio ao aquecimento dos fondues dos restaurantes, o discurso da cidade articula aspectos do turismo e do futebol ao apresentar Gramado como um jogador que está preparado para jogar bem em campo já que “só entra em campo quando está aquecido”.

Quanto a Canela, outros elementos são observados:

“Em Canela, a 137 km de Porto Alegre, a qualidade de vida é a regra do local. A cidade traz a soma das culturas alemãs, italiana, indígena e a do gaúcho serrano, resultando em um povo hospitaleiro e que preza a harmonia com a natureza. Alguns dos locais mais conhecidos de Canela são os Parques da Ferradura e do Caracol, ambos incrivelmente belos e

bem cuidadosos. O Festival Internacional de Teatro de Bonecos também é marca registrada da cidade contando com grupos nacionais e internacionais todos os anos.”

Nos enunciados sobre Canela, o discurso do turismo que valoriza o lugar é marcado pela escolha de palavras que avaliam positivamente o local, o povo, a relação entre o homem e a natureza: “a qualidade de vida é a regra do local”, “povo hospitaleiro e que preza a harmonia com a natureza”, “os Parques da Ferradura e do Caracol, ambos incrivelmente belos e bem cuidadosos”. Os acentos avaliativos orientam para o fato de que a combinação heterogênea de culturas (alemã, italiana, indígena com o gaúcho serrano) resulta nas qualidades do povo e na boa relação com a natureza.

Diferentemente de Gramado e Canela, São Miguel das Missões é apresentada por seu valor histórico, que remonta o século XVII:

“Converter os índios da região Sul para a fé cristã era a grande missão dos evangelizadores da Companhia de Jesus do século XVII. A partir daí surgiu a cidade de São Miguel das Missões, que foi reconhecida como Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade em 1983, por abrigar as ruínas que trazem a formação do povo gaúcho. Não deixe de conhecer o Sítio Arqueológico de São Miguel Arcanjo, o Museu das Missões e a Capital Angelopolitana. Uma viagem no tempo que vai encantar a todos.”

A questão do valor histórico de São Miguel das Missões é associada às “ruínas que trazem a formação do povo gaúcho”, decorrentes da evangelização dos índios da região Sul pela Companhia de Jesus. Colocando em relação dialógica com o discurso sobre os outros lugares próximos apresentados (Gramado e Canela), o discurso sobre São Miguel das Missões é mais informativo e apresenta poucos elementos verbais aparentes que orientam para a valoração do lugar. A ênfase é dada à história do lugar, à importância em relação à formação do povo gaúcho. Nos dois últimos enunciados, há maior interação com o interlocutor-turista e emergem acentos valorativos positivos (“viagem ao tempo”, “encantar a todos”) sobre as “ruínas de São Miguel”: “Não deixe de conhecer o Sítio Arqueológico de São Miguel Arcanjo, o Museu das Missões e a Capital Angelopolitana. Uma viagem no tempo que vai encantar a todos”. Considerando que São Miguel das Missões faz parte da “escalação do time local” e está associada a Porto Alegre, que faz parte da “seleção brasileira de cidades”, a questão da formação histórica do estado revela-se importante para conhecermos a constituição da imagem discursiva de Porto Alegre no *hotsite*. A ideia de preservação da história e da

herança dos povos colonizadores (“Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade”) é um recurso para o acolhimento do turista.

Quanto ao discurso sobre o Parque Nacional Aparados da Serra, observamos também a predominância de informações sobre o local, especialmente no que se refere à formação e espécies de animais:

“O Parque Nacional dos Aparados da Serra fica nos cânions dos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Formado por Mata Atlântica e Floresta de Araucária, tem penhascos que chegam a 1.200 metros de altitude, além [de] paredões de pedra e cachoeiras impressionantes pela grandiosidade. Papagaios-de-peito-roxo, guaxinins e jaguatiricas vivem por ali. A principal atração do Parque é o cânion Itaimbezinho, com a altura de 700 metros e 2 km de largura. Um passeio para quem, a exemplo dos jogadores de futebol, gosta de aventura e muita adrenalina.”

Dentre os locais considerados próximos, é apresentado o Parque Nacional dos Aparados da Serra, que abrange parte dos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Os acentos valorativos estão atrelados à particularidade da formação da natureza: “mata atlântica”, “floresta de araucária”, “penhascos que chegam a 1.200 metros de altitude” e “paredões de pedras e cachoeiras”. Os recursos linguísticos utilizados para valorizar os “paredões de pedras e cachoeiras” – “impressionantes pela grandiosidade” – convidam o interlocutor-turista a conhecer o lugar. Dentre os cânions que fazem parte do Parque Nacional dos Aparados da Serra, é destacado como “principal atração” “o cânion Itaimbezinho”. A diversidade da fauna é enfatizada pelos “papagaios-de-peito-roxo, guaxinins e jaguatiricas”, que habitam o local. Ao associar o passeio ao Parque, próprio do domínio turístico, ao futebol, do domínio esportivo, observamos que o locutor oferece ao interlocutor o contato com a natureza e com a “adrenalina” da “aventura”: “Um passeio para quem, a exemplo dos jogadores de futebol, gosta de aventura e muita adrenalina”.

Outro “destino próximo” apresentado é o Roteiro da Uva e do Vinho:

“A imigração italiana no Brasil trouxe a cultura da uva para a Região Sul. Toda essa influência pode ser vista no roteiro da uva e do vinho, onde o visitante percorre o Vale dos Vinhedos, uma região com 82 km² que concentra 50% de toda a produção vinícola do País. Ali o visitante pode percorrer os vinhedos, suas adegas, colher uvas direto do pé, saborear sucos, geléias e vinhos diretamente de onde são produzidos. Um passeio imperdível onde

também é possível apreciar a arquitetura colonial inspirada nas construções do Veneto e da Calábria, na Itália, fortemente presentes da região.”

A região dos vinhedos é apresentada de modo atrelado à “imigração italiana” que “trouxe a cultura da uva para a Região Sul”. A uva e seus derivados (vinho, suco e geléia) recebem acentos valorativos positivos e constituem sabores a serem apreciados pelo turista em um “passeio imperdível” pelo “roteiro da uva e do vinho”. O discurso voltado para o turismo, nos enunciados em análise, destaca o vinho como o principal representante de produtos originados da uva, já que 50% de sua produção no Brasil se encontram nessa região. Outro elemento valorado positivamente no discurso é a “arquitetura colonial”, “inspirada nas construções do Veneto e da Calábria”, herança dos imigrantes italianos. Colocando em relação dialógica com os outros links sobre Porto Alegre, a seção do roteiro da uva e do vinho aparece no vídeo de Porto Alegre e da Região Serrana, o que o projeta como um foco relevante do *hotsite*.

O último “destino próximo” elencado é a região das Praias Gaúchas:

“A maioria das praias gaúchas não tem formações rochosas. Por isso tem-se a impressão de uma única praia por toda a sua extensão, que ficam apinhadas de turistas no verão, principalmente gaúchos e argentinos. Em meio ao sol e as águas deliciosas, é possível relaxar com a família, praticar esportes e curtir os amigos. Nas encostas dos morros há excelentes locais para o ecoturismo, com cachoeiras, cascatas e trilhas no meio da Mata Atlântica. Os frutos do mar e a produção de mel também são destaques gastronômicos na região.”

Dentre os acentos valorativos postos em circulação no discurso, percebemos o cuidado em dizer que “a maioria das praias gaúchas não tem formações rochosas.” É importante destacar o uso de “a maioria” que, ao não generalizar, não deixa de pressupor a existência de praias com formações rochosas no Rio Grande do Sul, como é o caso da Guarita, em Torres. A continuação do enunciado aparece como uma consequência da falta de formação rochosa, fazendo circular valorações positivas sobre “a impressão de uma única praia por toda sua extensão”. Tais acentos axiológicos valorizam a geografia das praias gaúchas, em especial sua amplitude, cujas fronteiras não são visíveis ao olhar. A constituição do enunciado, além de enfatizar o grande número de turistas, mostra que as praias gaúchas também são ponto de referência dos argentinos: “apinhadas de turistas no verão, principalmente gaúchos e argentinos”.

Outros atributos das praias gaúchas, próprios do discurso do turismo, podem ser observados nos enunciados em circulação, especialmente pela valoração das palavras escolhidas: “águas deliciosas”, “relaxar com a família”, “praticar esportes”, “curtir os amigos”, “excelentes locais para o ecoturismo, com cachoeiras, cascatas e trilhas no meio da Mata Atlântica”, “frutos do mar e a produção de mel também são destaques gastronômicos”. Estabelecendo relações dialógicas da seção “Praias Gaúchas” com links sobre Porto Alegre, observamos que as praias não fazem parte do objeto do discurso em outras ocorrências, mas outros elementos são recorrentes do discurso, como aspectos relacionados à natureza, à família e à gastronomia.

No conjunto das seções analisadas sobre “destinos próximos”, percebemos, observando relações dialógicas entre enunciados, a valoração positiva de peculiaridades dos diferentes lugares. As duas primeiras cidades apresentadas, Gramado e Canela, são postas em relação a Porto Alegre pela distância em quilômetros. Em ambas, há destaque da colonização alemã e italiana. Em Canela, os indígenas também são lembrados. No Roteiro da uva e do vinho, à imigração italiana é atribuída a principal razão do sucesso do lugar, o cultivo da uva e a produção de vinho. Gramado é focado pela sua beleza e conforto; Canela, pela harmonia do povo com a natureza. Dos lugares apresentados, o discurso sobre São Miguel das Missões destaca a história da formação do povo gaúcho, enquanto que o sobre o Parque Nacional Aparados da Serra mostra a formação da natureza e a diversidade da fauna. A questão da natureza também é enfatizada nas Praias Gaúchas, no caso pela pouca formação rochosa que dá uma ideia de grande extensão.

No conjunto dos enunciados relativos aos “destinos próximos”, há valorações positivas em relação à preservação dos ambientes criados pelo homem e esculpidos pela natureza. Também se observa a preservação do passado (imigração e história), da miscigenação cultural (italiana, alemã, indígena e gaúcha) e uma visão de futuro (harmonia com a natureza, convivência de diferentes nacionalidades). Tanto a serra como o litoral fazem parte do cronotopo do discurso sobre o Rio Grande do Sul: na Serra há a questão do frio, do conforto e de fazer passeios tranquilos e/ou com adrenalina (Parque Nacional Aparados da Serra); no Litoral há aventura, as descobertas de novos espaços agitados. Os dois espaços, no discurso do *hotsite Seleção Brasileira de Cidades*, estão ligados a Porto Alegre e à constituição da imagem de Porto Alegre.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscamos investigar os diferentes recursos verbais e não-verbais utilizados na promoção das cidades-sedes da Copa do Mundo de Futebol de 2014, analisando como foi construída discursivamente a imagem de Porto Alegre no *hotsite Seleção Brasileira de Cidades*. Esse estudo foi possível graças ao respaldo nos estudos dialógicos desenvolvidos pelo Círculo de Bakhtin, perspectiva que oferece um conjunto de conceitos que subsidiaram a nossa reflexão.

Nosso objetivo geral era analisar como era construída, pelo discurso, a imagem da cidade de Porto Alegre no *hotsite* e como objetivos específicos verificar a valoração das palavras nos enunciados e como elas interferem nessa construção discursiva e analisar as relações dialógicas que refletem e refratam no discurso.

A compreensão do discurso do outro, além de ser objeto de estudo do Círculo de Bakhtin, nos despertou o interesse em compreender como essas relações de sentido criadas na interação social influenciam na construção da imagem discursiva da cidade. Buscamos, com o olhar teórico/exotópico, ser como um estrangeiro que traz o olhar de sua cultura para a nossa, com a intenção de compreender o discurso do outro.

Nos enunciados analisados, observamos que o discurso do *hotsite* é entremeado pelo turismo e a publicidade, direcionando-se ao interlocutor-turista. O discurso é elaborado de modo a desencadear um universo de sentidos a partir da realidade que pretende apresentar, ou seja, há uma agregação de valores ao que se considera mais interessante, mais prazeroso e mais convidativo ao turista. Por meio dos enunciados verbais e não-verbais nos aparece uma cidade com diversas opções culturais, que valoriza suas tradições e a cultura dos povos colonizadores, como nos enunciados “Herança europeia preservada” e “Diversão para todos”.

O discurso que promove a cidade de Porto Alegre é marcado por um *pout-pourri* de imagens e palavras de valorização ao conforto e ao culto do passado (exemplos: foto da Prefeitura de Porto Alegre e do Teatro São Pedro; o enunciado “Tradição e Modernidade”, que mostra o Mercado Público, um prédio antigo, porém preservado), às tradições, ao lazer compartilhado entre amigos e familiares. O discurso verbal agrega sentido ao não-verbal, evoca relações de sentido, que favorecem a construção de não somente uma cidade, mas de um complexo de lazer e cultura, no qual o turista pode conhecer a história, a geografia e a

cultura de um povo, graças à vinculação de regiões próximas a Porto Alegre, como a Região da Serra e o Litoral gaúcho. O discurso publicitário e o discurso turístico permitem criar um discurso que valoriza e favorece a cidade/região para o consumo, pois reforça conceitos de acolhimento e de preservação da história local.

Da mesma forma, no discurso em que analisamos a imagem de Porto Alegre, no *hotsite Seleção Brasileira de Cidades*, percebemos que não é possível separar a tradição da modernidade: as novas gerações, descendentes dos povos colonizadores, zelam pela preservação dessa história através da dança, da música, da gastronomia, da arquitetura, etc.. A relação entre o passado e o presente faz parte do discurso: observamos outras vozes, outros ecos que complementam a história e fazem circular os sentidos. No discurso sobre Porto Alegre, aparecem vozes que refletem a tradição europeia, como a apreciação do vinho (ex.: no texto sobre os Roteiros da Uva e do Vinho) e a arquitetura com o estilo clássico (ex.: tanto no vídeo quanto em fotos há a presença do estilo trazido pelos europeus em prédios históricos, como o MARGS e a Catedral Metropolitana).

Ao analisarmos as relações dialógicas, vendo a interação dos muitos discursos presentes, observamos que o futebol está presente nas percepções que se tem desse mundo porto-alegrense, mas não na raiz desse povo. Em nenhum momento foi apresentada uma imagem, seja por vídeo ou por foto, de alguém jogando futebol ou de algum estádio de futebol. Mesmo tendo a rivalidade de Grêmio e Internacional, dois times presentes na história do futebol mundial, nenhum desses clubes foram apresentados. Revela-se, portanto, um cenário de promoção ao turismo entre família, de um cenário acolhedor e tranquilo. Certamente, não podemos esquecer que toda a campanha “*Brasil te chama. Celebre a vida aqui.*” não é proposta apenas para se pensar em Copa do Mundo: contempla também a propaganda de um país festivo em pleno desenvolvimento, que concomitantemente celebra suas tradições, planeja seu futuro focado em bem-estar e qualidade de vida. As “Experiências únicas” vividas pelo interlocutor-turista são agregadas aos pontos turísticos apresentados.

Há elementos culinários, entretanto, salientes no discurso do gaúcho e porto-alegrense: o chimarrão e o churrasco. A partir dos enunciados analisados, observamos que esses dois elementos relacionam-se ao companheirismo, ao compartilhamento de momentos, como na primeira parte do vídeo, na qual um casal compartilha um chimarrão. Faraco (2009, p.64) observa que Bakhtin sempre alerta que a nossa relação com o outro está no diálogo vivo, sendo que um precisa do outro para dar sentido ao momento vivido.

Outros elementos utilizados para representar a cidade, de acordo com a nossa análise da construção da imagem discursiva de Porto Alegre, são tradição e acolhimento. Além, claro, do chimarrão e do churrasco. Essas referências definem Porto Alegre como uma cidade agradável para passeio em família ou a dois. A origem do povo gaúcho define não apenas as pessoas, mas modifica e modificou a paisagem da região. O turista é chamado a compartilhar com os nativos a origem de seus antepassados e a culinária que acolhe e aproxima. Há cenas em que pessoas se divertem apreciando momentos como um fondue, uma apresentação de teatro, uma de dança, um show. Além desses momentos, há também a apreciação da natureza, de momentos de contemplação do pôr-do-sol do Guaíba ou dos cânions do Parque Nacional dos Aparados da Serra.

Os elementos de compartilhamento e acolhimento do outro são desenvolvidos no decorrer dos enunciados. Os casais, a família, os amigos, estão presentes nos enunciados verbais, que valorizam a alegria do futebol (paixão nacional), e nos enunciados visuais, nos passeios em grupos. De acordo com a nossa compreensão sobre esses enunciados, estar em Porto Alegre não é estar sozinho presenciando o pôr-do-sol, mas mesmo estando sozinho, ser parte daquela visão, daquele momento, da história dessa cidade. Ter com quem dividir a contemplação de museus, parques, eventos, dividir o churrasco e o chimarrão são elementos discursivos dessa construção de Porto Alegre no *hotsite*.

Considerando os limites deste trabalho, entendemos que seria interessante ter analisado o discurso de mais de uma cidade do *hotsite Seleção Brasileira de Cidades* para colocá-las em relação dialógica e então termos uma visão mais abrangente do *hotsite*. No entanto, dado o limite de tempo de uma dissertação de mestrado, limitamo-nos a analisar o discurso sobre Porto Alegre. Mais importante do que cotejar os diferentes discursos das variadas cidades era compreender como a imagem de Porto Alegre foi arquitetada no discurso do *hotsite*.

A análise efetuada não se esgota nesta reflexão. Caminhos se abrem para outras abordagens, outras relações de sentidos, seja com a teoria que embasa esta pesquisa, sejam com outras teorias. O objeto analisado é suscetível para estudo em diferentes áreas, como a Publicidade e o Turismo, as quais poderiam trazer à tona outras reflexões.

REFERÊNCIAS

- ARANTES, Otília; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- BAKHTIN, M. M. **Estética da criação verbal** (1979). Trad. Paulo Bezerra. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- BAKHTIN, M. M. **Para uma filosofia do ato** (1919-1921/1924). Trad. Carlos Alberto Faraco e Cristóvão Tezza. Versão destinada para uso didático e acadêmico.
- BAKHTIN, M. M. **Problemas da poética de Dostoiévski** (1929). 2.ed. Trad. Paulo Bezerra. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- BAKHTIN, M. M. **Questões de literatura e estética** (a teoria do romance) (1975). Trad. Aurora F. Bernardini et al. 4 ed. São Paulo: UNESP/HUCITEC, 1998.
- BAKHTIN, M. M./MEDVEDEV P. N. **The formal method in literary scholarship: a critical introduction to sociological poetics** (1928). Trad. Albert J. Wehrle. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1991.
- BAKHTIN, M. M./VOLOCHÍNOV, V.N. **Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na Ciência da Linguagem** (1929). Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 13.ed. São Paulo: Hucitec, 2009.
- BRAIT, Beth (org.). **BAKHTIN: dialogismo e polifonia**. São Paulo: Contexto, 2009.
- BUBNOVA, Tatiana. Bakhtin e a antropologia americana. In: FARACO, Carlos Alberto; TEZZA, Cristóvão; CASTRO, Gilberto de. **Vinte ensaios sobre Mikhail Bakhtin**. Petrópolis: Editora Vozes, 2006.
- CASTELLS, Manuel; BORJA, Jordi. As cidades como atores políticos. In: **Novos Estudos CEBRAP**, n.45, jul., 1996, p.152-166.
- DI FANTI, Maria da Glória Corrêa. Dialogismo. In: Flores, V.N., Barbisan, L.B., Finatto, M.J.B.; Teixeira, M. **Dicionário de linguística da enunciação**. São Paulo: Contexto, 2009a.
- DI FANTI, Maria da Glória Corrêa. Gêneros do discurso. In: Flores, V.N., Barbisan, L.B., Finatto, M.J.B.; Teixeira, M. **Dicionário de linguística da enunciação**. São Paulo: Contexto, 2009d.
- DI FANTI, Maria da Glória Corrêa. Palavra. In: Flores, V.N., Barbisan, L.B., Finatto, M.J.B.; Teixeira, M. **Dicionário de linguística da enunciação**. São Paulo: Contexto, 2009c.
- DI FANTI, Maria da Glória Corrêa. Relações dialógicas. In: Flores, V.N., Barbisan, L.B., Finatto, M.J.B.; Teixeira, M. **Dicionário de linguística da enunciação**. São Paulo: Contexto, 2009b.

DI FANTI, Maria da Glória Corrêa. **Vozes em (dis)curso**: estudo da produção de sentidos. Projeto de pesquisa. PUCRS. Porto Alegre, 2010.

FARACO, Carlos Alberto. Exotopia. In: Flores, V.N., Barbisan, L.B., Finatto, M.J.B.; Teixeira, M. **Dicionário de linguística da enunciação**. São Paulo: Contexto, 2009b.

FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem & Diálogo**: As ideias linguísticas do Círculo de Bakhtin. São Paulo: Parábola Editorial, 2009a.

GRUPO RBS. Blog Sem censura. **Notícia sobre o lançamento do hotsite Seleção Brasileira de Cidades**. Disponível em: <<http://wp.clicrbs.com.br/semcensura/2010/07/15/no-ar-hothotsite-sobre-as-12-cidades-sedes-da-copa-2014/?topo=77,2,18,,77>> Acesso em: 10 de novembro de 2010 19:56:02

INTERNET ENCYCLOPEDIA OF PHILOSOPHY. **História do Círculo de Bakhtin**. Disponível em: <<http://www.iep.utm.edu/bakhtin/>>. Acesso em: 21 de março de 2011 19:35:32

Lançamento do hotsite pelo portal do Ministério do Turismo. Disponível: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20100714-1.html> Acesso em: 15 de julho de 2010, 17:25:50

MACHADO, Irene A. **O romance e a voz**: a prosaica dialógica de Mikhail Bakhtin. Rio de Janeiro: Imago Ed., São Paulo: FAPESP, 1995.

MACHADO, Irene. A questão espaço-temporal em Bakhtin: cronotopia e exotopia. In: PAULA, Luciane de; STAFUZZA, Grenisa (org.) **Círculo de Bakhtin**: teoria inclassificável. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2010, v.1.

MACHADO, Irene. Gêneros discursivos. In: BRAIT, Beth (org.) **BAKHTIN**: conceitos-chave. 4.ed., 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2006.

MAINGUENEAU, Dominique. **Doze conceitos em análise do discurso**. Org. Sírío Possenti e Cecília de Souza-e-Silva. Trad. Adail Sobral et al. São Paulo: Parábola, 2010.

MINISTÉRIO DO TURISMO DO BRASIL. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/turismo/home.html>> Acesso em: 10 de novembro de 2010, 22:32:16

Notícia sobre lançamento do hotsite Seleção Brasileira de Cidades. Disponível em: <http://www.midiarj.org.br/content/embratur-1an%C3%A7-hotsite-%E2%80%9Csele%C3%A7%C3%A3o-brasileira-das-cidades%E2%80%9D> Acesso em: 17 de fevereiro de 2011, 19:38:10

Plano Aquarela – campanha de melhoria da imagem do país no exterior. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Plano_Aquarela_2020.pdf> Acesso em: 11 de novembro de 2010, 23:10:58

Publicação do Ministério do Turismo sobre a campanha publicitária. Disponível em : <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/06plano_s_mkt.html>. Acesso em: 11 de novembro de 2010, 19:25:24

SELEÇÃO BRASILEIRA DE CIDADES. Desenvolvido pelo Ministério do Turismo do Brasil e EMBRATUR para divulgar as cidades-sedes da Copa do Mundo de 2014. Disponível em: <<http://www.brasilnetwork.tur.br/worldcup>>. Acesso em: 10 de novembro de 2010, 20:12:56.

SERRANDO, Célia; BRUNHS, Heloisa Turini; LUCHIARI, Maria Tereza D.P. (orgs.) **Olhares contemporâneos sobre o turismo.** 3.ed. Coleção Turismo. Campinas, SP: Papirus, 2000, p. 20

Site dedicado ao ensino de Física. Disponível em: <<http://efisica.if.usp.br/>> Acesso em: 18/4/2010 14:05:13

SOBRAL, Adail. **Do dialogismo ao gênero: as bases do pensamento do círculo de Bakhtin.** Campinas, SP: Mercado de Letras, 2009.

THE BAKHTIN CENTRE. Página dedicada ao grupo de estudos bakhtinianos da University of Sheffield. Disponível em: <<http://www.sheffield.ac.uk/bakhtin/>>. Acesso em: 21 de março de 2011 21:03:49

Artigo retirado em hotsite indiano: Disponível em: < <http://www.sify.com/news/brazil-where-football-is-a-passion-religion-and-unifier-comment-news-national-khdnkdgdeab.html>> Acesso em: 01 de novembro de 2011 13:25:24.

VOLOSHINOV, V. N.; BAKHTIN, M. M. **Discurso na vida e discurso na arte** (sobre a poética sociológica) (1926/1976). Trad. Carlos Alberto Faraco e Cristóvão Tezza. Versão destinada para uso didático e acadêmico. S.d