

Designação e espaço de enunciação: um encontro político no cotidiano

Eduardo Guimarães
DL-IEL/Labeurb
Universidade de Campinas (UNICAMP)

A Cidade é um espaço cada vez mais habitado por palavras. São placas sinalizadoras de direção, de nomes de rua, outdoors, folhetos distribuídos por toda parte, anúncios em alto-falantes, música de variado tipo, luminosos de estabelecimentos comerciais de toda espécie.

Podemos dizer que nesse conjunto tão heteróclito de materiais de linguagem tem lugar decisivo o que chamamos de designação (GUIMARÃES, 2002), este fato de significação que costumamos associar aos nomes: Rua Getúlio Vargas, Casas Pernambucanas, Apartamentos, Vagas, Pedreiro, Encanador, etc.

Para melhor caracterizar o que considero como designação vou lembrar aqui a distinção que faço (GUIMARÃES, 2002) entre referência, nomeação e designação. A referência é um procedimento lingüístico pelo qual se particulariza algo na enunciação e pela enunciação. Por exemplo, se alguém diz

O jogador está sentado na segunda mesa à esquerda

O sintagma nominal “o jogador” particulariza uma pessoa, indica-a.

A nomeação é o funcionamento semântico pelo qual algo recebe um nome. Por exemplo, se numa situação dada e adequada o dono de um barco escreve sobre ele o nome *Brisa*, ele lhe está dando este nome, está nomeando o barco.

A designação é o que considero a significação de um nome enquanto sua relação com outros nomes e com o mundo recortado historicamente pelo nome. A designação não é algo abstrato, mas lingüístico e histórico. Ou seja, é uma relação lingüística (simbólica) remetida ao real, exposta ao real. Por isso um nome não é uma palavra que classifica objetos, incluindo-os em certos conjuntos. Para mim, tal como considera Rancière (1992), os nomes identificam objetos. Por exemplo, Jogador, no enunciado acima não significa, simplesmente a relação desta palavra com a pessoa que ele referiu, nem significa o conjunto das pessoas do conjunto dos jogadores. O que jogador designa é constituído pelas enunciações de que fez e faz parte e que predicam o que seja jogador. Neste sentido, o fato de jogador se referir a certa pessoa especificamente é parte daquilo que esta palavra designa. Mas o que esta palavra designa envolve também o fato de que ela pode estar em enunciados como:

O jogador, pela receptividade que tem, consegue muita projeção social.

Os nomes de espaços na cidade, e o que os acompanha, não só ocupam lugar neste espaço de vida, como lhe dão sentidos e constroem de algum modo esta geografia. Identificam-na.

As designações têm, em geral, um papel muito importante que não se reduz ao papel de indicar a existência de algo em algum lugar, nem mesmo ao de servir de rótulo para alguma coisa. Um nome, ao designar, funciona como elemento das relações sociais que ajuda a construir e das quais passa a fazer parte.

Dar nome a algo (tal como defini acima a nomeação) é dar-lhe existência histórica. Não é trivial a velocidade com que uma data, 11 de setembro de 2001, passou rapidamente para a categoria do nome de um acontecimento. E enquanto nome apresenta-se sob a forma condensada *11 de setembro*, inclusive em sintagmas nominais correntes como *o 11 de setembro*. O nome aí aparece como um modo incontornável de erigir algo em acontecimento da história. Mas não pretendo aqui me deter neste aspecto da designação.

Nesta conferência vou refletir sobre o funcionamento de designações próprias do espaço urbano: nomes de estabelecimentos comerciais. Vou, especificamente, tratar de duas cenas enunciativas em que estes nomes funcionam. A primeira diz respeito ao funcionamento de estabelecimentos comerciais presentes em endereços de restaurantes da cidade de São Paulo em matéria específica sobre restaurantes em São Paulo. A segunda diz respeito ao funcionamento dos nomes de Lojas colocados na sua fachada. Neste último caso vou utilizar nomes de Lojas de um Shopping Center da cidade de Campinas.

Primeiro passo

Para fazer as análises que aqui apresentarei, considerarei primeiro o que é para mim espaço de enunciação e, em seguida, indicarei meu procedimento geral de análise da significação.

O espaço de enunciação

Considerar a linguagem pela análise do acontecimento da enunciação coloca para mim, no centro das atenções, a relação entre a língua e o falante, pois só há línguas porque há falantes e só há falantes porque há línguas. E esta relação não pode ser tomada como uma relação empírica. por exemplo, no Brasil se fala Português, na França, Francês, etc. Ou ainda, no Paraguai se fala o Espanhol e o Guarani. Esta relação entre falantes e línguas interessa enquanto um espaço regulado e de disputas pela palavra e pelas línguas, enquanto espaço político, portanto.

Os falantes não são os indivíduos, as pessoas que falam esta ou aquela língua. Os falantes são estas pessoas enquanto determinadas pelas línguas que falam. Neste sentido, falantes não são as pessoas na atividade físico-fisiológica, ou psíquica, de falar. São sujeitos da língua enquanto constituídos por este espaço de línguas e falantes que chamo espaço de enunciação¹.

Deste modo considero que o falante, tal como o conceito, é uma categoria lingüística e enunciativa. Neste ponto diferencio minha posição da de Ducrot (1984). Mas num sentido muito preciso. Primeiro devo dizer que concordo que o falante, tal como Ducrot o conceitua (como figura físico-fisiológica e psíquica), não é um personagem da enunciação. Minha diferença está em que considero que o falante não é esta figura empírica, mas uma figura política constituída pelos espaços de enunciação. E nesta medida ela deve ser incluída entre as figuras da enunciação.

Os espaços de enunciação são espaços *habitados* por falantes, ou seja, por sujeitos divididos por seus direitos ao dizer e aos modos de dizer. São espaços constituídos politicamente pela equivocidade própria do acontecimento: da deontologia² que organiza e distribui papéis, e do conflito, indissociado desta deontologia, que redivide o sensível, os papéis sociais.

Podemos tomar a questão do espaço de enunciação através de uma pergunta: o que é falar Português no Brasil? Sem dúvida que o primeiro aspecto que devemos considerar é que o Português é a língua oficial do Estado Brasileiro, e é, nesta medida, a Língua Nacional do Brasil. Ou seja, é elemento de identificação de sujeitos enquanto cidadãos do Estado. Mas falar Português no Brasil é falar uma língua que são várias. Assim a relação dos falantes com a língua está regulada por uma relação com a língua do Estado, enquanto uma língua, a língua (una) do Estado. Esta relação está por outro lado regulada pelo fato de que a língua portuguesa não é praticada na extensão do território brasileiro em consonância com esta língua una do Estado. Não vou me deter aqui nestes aspectos porque não se trata do objeto desta conferência.

A análise: unidade de análise, a relação integrativa

Nossa unidade de análise são os enunciados. Para analisar o sentido das expressões lingüísticas nos enunciados, utilizo o que Benveniste (1966)³ considerou como o movimento integrativo de uma unidade lingüística. Para ele, esta relação (integrativa) dá o sentido da unidade. Ou seja, o sentido de um elemento lingüístico tem a ver com o modo como este elemento faz parte de uma unidade maior ou mais ampla.

Para mim, esta relação de integração de uma expressão em um enunciado só pode ser analisada se consideramos que este enunciado é enunciado em um texto. Deste modo, ao fazer uso da relação integrativa, a despeito de Benveniste ter dito que ela não permitia passar do limite do enunciado, estou dizendo que há uma passagem do enunciado para o texto, para o acontecimento, que não é segmental. E esta é a relação de sentido.

Primeira cena: o desenho político do endereço

Tomemos para pôr o problema o endereço de três restaurantes encontrados na *Veja São Paulo* de 24 de setembro de 1997.

[1] “Miski

F-884-3193/7006, Alameda Joaquim Eugênio de Lima, 1690, Jardim Paulista (78 lugares). 11h/20h (sáb. até 18h; dom. até 17h; fecha seg.). Cc: todos. T.: C, T, Tr e V. Estac. c/manobr.” (p. 9)

[2] “Churrasco’s

F-531-4141, Avenida Roque Petrella, 265, Brooklin Paulista (250 lugares). 12h/0h (sex. e sáb. até 1h). Cc: V. Estac. c/manobr.(p. 15)

[3] “Monte Líbano

F-229-4413, Rua Cavalheiro Basíli Jafet, 38, 1o. andar, centro (50 lugares). 11h/15h30 (fecha sáb. e dom.). T: todos”(idem)

A questão é, o que estes três nomes designam? Para responder a esta pergunta faço inicialmente a descrição do endereço em que o nome está. Tomando a questão do sentido constituído pela relação integrativa observamos a relação deste nome com o texto em que estão.

As três seqüências apresentam um nome próprio (Miski, Churrasco’s, Monte Líbano) seguidos, cada um, de uma descrição que se mostra como uma descrição do que o nome próprio refere. Tomando a questão do sentido constituído pela relação integrativa no texto podemos ver aí outros aspectos da constituição do sentido. Cada uma destas seqüências tem um nome próprio que é reescriturado numa descrição que, em verdade, funciona metonimicamente. É pela contigüidade que a descrição é descrição do nome. E sendo descrição do nome faz este nome significar, significando assim o que é sua referência. Vejamos como se constituem estas descrições. Elas incluem um endereço; a indicação de telefones; a indicação de espaço (número de mesas, lugares); tempo de

atendimento; aceitação ou não de cartões de crédito; a aceitação ou não de Tickets restaurante; existência de estacionamento, ou não, com manobrista, ou não. Assim estas descrições dizem que X é igual a $p+q+r$... E ao dizerem esta identidade desdobram um conjunto de predicados. Ou seja, esta descrição é uma qualificação do nome próprio, é uma colocação em movimento do sentido do nome próprio, por uma reescrituração. E através desta reescrituração cada um destes restaurantes é predicado por um certo grau de refinamento, de “distinção”. Por exemplo: têm estacionamento e manobrista e aceitam cartões de crédito e não Tickets, aceitam ambos, ou aceitam só Tickets e fecham aos sábados e domingos (fechar aos sábados e domingos rememora o sentido do restaurante que atende pessoas durante a jornada de trabalho).

Assim temos três nomes que significam, designam, diferentemente: Churrasco's está predicado por só aceitar Cc e apresentar manobrista; Miski, por aceitar Cc e T e ter manobrista, além de não abrir na segunda-feira; Monte Líbano, por só aceitar T e não funcionar aos sábados e domingos.

Deste modo aquilo que estes nomes designam está predicado por estas reescriturações, politicamente. Sob o modo neutro do endereço este endereçamento qualifica diferentemente estes três restaurantes, significando uma divisão social de seus freqüentadores. Os do Monte Líbano são aqueles que trabalham e usam Ticket restaurante, os de Miski são os que saem aos finais de semana para comer, pagam com Cc e têm carro; o fato de receber também T coloca o restaurante na relação com os que no trabalho têm carro, Cc, etc. Os do Churrasco's são os que têm carro e não usam Ticket restaurante.

Como forma de projetar esta análise sobre o espaço da cidade tomemos um aspecto dos três endereços. Churrasco's está na Avenida Roque Petrella, no Brooklin Paulista; Miski, na Alameda Joaquim Eugênio de Lima, no Jardim Paulista; e Monte Líbano está na Rua Cavalheiro Baríli Jafet, no Centro.

Nestes endereços encontramos três nomes que produzem uma divisão do espaço público da cidade: *alameda, rua, avenida*. Ou seja, o espaço da cidade, ao lado de ser um espaço que se deve dividir é um espaço que ao se dividir é significado de modos diferentes.

Se parássemos nos textos e em uma concepção referencial lógica ou pragmática da linguagem diríamos simplesmente que os espaços da cidade são categorizados diferentemente e têm nomes segundo estas categorias. Deste modo os nomes classificariam os objetos, colocando-os em seu conjunto. Uma concepção deste tipo diria que as palavras *alameda, rua, avenida*, e as seqüências [1] a [3] são *referenciais*. O que elas fazem é indicar onde algo está, e *rua, alameda, avenida* são nomes de espaços empiricamente diferentes na cidade. Estas seqüências seriam assim só endereços na cidade. Elas diriam unicamente que algo está em tal rua, em tal alameda, em tal avenida. E como já vimos, não é bem isso que ocorre.

Não é difícil encontrar nas cidades um espaço nomeado *rua* e outro *alameda*, por exemplo, que não tenham, do ponto de vista físico, especial diferença. Em verdade o que difere uma *rua* de uma *alameda* é que estes dois espaços são diferentes porque designados diferentemente. Designação construída por uma história enunciativa que podemos

entrever pela própria presença de *alameda* para nomear um espaço num bairro referido como *Jardim Paulista*, enquanto *rua* nomeia, nos exemplos acima, um espaço num bairro referido como *centro*.

Retomando a análise das três seqüências em questão vemos em [1] especificações como “(Sáb. até 18h; Dom. até 17h; fecha Seg.)”, “Cc. Todos” e “V.Estac. c/manobr.”. Estas especificações reescrevem “Alameda Joaquim Eugênio de Lima”. Ou seja “(Sáb. até 18h; Dom. até 17h; fecha Seg.)” e “Cc. Todos, V.Estac. c/manobr.” são especificações de “Alameda Joaquim Eugênio de Lima” enquanto uma caracterização de *Miski*. E nesta medida esta reescritura de *Alameda*, pelas especificações acima, predica *Alameda*, assim constituindo o que ela designa diferentemente de “Rua Cavalheiro Baríli Jafet”. Esta última é reescriturada, enquanto reescritura “Monte Líbano”, por “(Fecha Sáb e Dom.)”, “T: todos”. Não havendo, como já vimos, nenhuma referência a estacionamento e muito menos a manobrista. Além do mais esta reescritura estabelece uma oposição flagrante entre T (Ticket restaurante) e Cc (Cartão de crédito) C/ Manobrista, que aqui rememoram sentidos opostos da divisão social.

Deste modo palavras como *rua*, *alameda*, *avenida*, não designam simplesmente um certo tipo de espaço da cidade, pelas diferenças físicas que tais palavras descreveriam. O que elas designam é, assim, algo construído enunciativamente que em verdade constrói continuamente o objeto designado sob a aparência de ser uma palavra para um objeto desde sempre.

Estas nomeações constituem uma identificação dos espaços designados. Ou seja, se os espaços de uma cidade são chamados *rua*, somente, ou se são chamados *rua* (um certo número) e *alameda* (outro), tal como em [3] e [1], temos duas cidades identificadas diferentemente. Ou seja, os nomes desses espaços não são uma classificação objetiva dos espaços da cidade. Nomear de *rua*, *alameda*, *avenida*, etc é constituir a identificação dos espaços com a cidade e vice-versa.

Antes de concluir esta parte, observemos algo que diz respeito diretamente ao espaço de enunciação:

Miski não é uma palavra da Língua Portuguesa; *Churrasco's* se forma de uma palavra da Língua Portuguesa, com a morfologia do Inglês sobreposta ao plural do Português; *Monte Líbano* se forma com palavras da Língua Portuguesa, sendo uma delas a tradução do nome de um País, cuja cozinha é distinta da brasileira.

Vê-se como o conjunto dos nomes indica que o espaço de enunciação, a partir do qual se nomeia, é um espaço enunciativo lingüisticamente internacionalizado. Ou seja, a relação línguas/falantes constitui aqui falantes afetados por esta internacionalização lingüística. Nomear, no Brasil, estes estabelecimentos é uma cena enunciativa que se dá num espaço de enunciação em que o falante não é simplesmente o falante de Português.

Tomando em conjunto a questão dos nomes próprios analisados, assim como o funcionamento de nomes como *rua*, *alameda*, *avenida*, vemos que o modo de significar os espaços da cidade mostra que eles são espaços políticos. Vejamos como.

O espaço que se dá como objetivo, por uma descrição (referência), atende a objetividade estabilizada do discurso administrativo, que nomeia oficialmente os espaços

da cidade. Ao mesmo tempo o discurso da mídia do lazer repercute esta estabilidade da divisão desigual do social.

Ou seja, os sentidos dos espaços da cidade são sentidos de uma divisão e redivisão constante do social. Redivisão que se expande e se resignifica. E isto é significado tanto pelos nomes comuns quanto pelos nomes próprios, como pudemos ver neste capítulo. A significação desta redivisão constante do social se faz pelo funcionamento da língua nos acontecimentos de enunciação.

Segunda cena: de cidadão a consumidor

Os nomes dos estabelecimentos comerciais são um modo de nomear os estabelecimentos para que possam ser referidos tanto por seus proprietários quanto por seus fregueses ou pelas pessoas em geral.

Se tomamos estes nomes como nomes na cidade, nomes urbanos, é interessante pensar o que eles são se considerados a partir de sua colocação em luminosos ou aplicações na entrada destas mesmas lojas. Trata-se de um dizer público, no espaço público. E o dizer em público é um dizer cuja enunciação se dá sempre por algum processo de amplificação material do dizer. Observemos alguns casos: a) a imprensa escrita se realiza pela reprodução massiva de cada uma das edições periódicas que realiza; b) a televisão se realiza pela repetição de seu sinal por toda uma extensão geográfica; c) um comício ou ato político exige instrumentos capazes de amplificar a voz para que seja ouvida por todos que estejam no espaço em que se dá; d) uma propaganda em vias públicas se dá pela ampliação da imagem nos Outdoors que se repetem em diversos pontos de uma cidade ou estrada. Da mesma maneira, o nome de uma loja se apresenta através da ampliação do nome, de uma diagramação, de uma iluminação capazes de configurá-lo para uma leitura à distância. Ou seja, o modo de exposição material do nome à leitura é constitutivo do sentido desse nome, em outras palavras, é constitutivo de sua interpretação.

Isto pode ser melhor considerado se levamos em conta nomes específicos de lojas.

Vou, então, analisar um conjunto de nomes de lojas de uma das praças do Shopping Center Iguatemi de Campinas. São estes os nomes das Lojas:

1. Ringo II Cabelos
2. Lider
3. Creazioni D'Ascenzi
4. Arapuã
Shopping
5. Papel Magia
Papeleria & Informática
6. COMMCENTER
7. TOK E STOK
8. Rovelon

9. Telesp Celular
10. Colombo
11. Garbo
12. Fashion Land
13. Triton
14. Brookfield
15. Praça do Café
16. Montanhês
Chocolate de Campos de Jordão
17. Sonnil
Bijouterias
18. Croûton
Sanduíches e saladas

Façamos, inicialmente, uma descrição dos aspectos morfossintáticos e morfofonológicos deste conjunto de nomes.

1. Os nomes são formados de
 - a) nomes comuns : Lider, Montanhês, Garbo, Arapuã, Triton,
 - b) nomes próprios: Colombo
 - c) sintagma nominal: Praça do Café, Creazioni d'acenzi, Fashion Land
 - d) nome e nome apostro: Ringo II Cabelos, Papel Magia
 - e) sigla mais nome apostro: Telesp celular
 - f) composição: Tok e Stok, Broksfield, COMMCENTER
 - g) Nome seguido de determinação: Arapuã shopping; Papel Magia *papelaria & informática*, Montanhês *o chocolate de Campos de Jordão*, Sonnil *Bijouterias*, Croûton *sanduíches e saladas*
 - h) apresentam nomes de línguas diferentes: italiano: Creazioni D'Ascenzi; Inglês: Fashion Land, Brooksfied; francês: Croûton; além do português. Os nomes podem misturar duas línguas: Croûton *Sanduíches e saladas*
2. Apresentam as seguintes características morfofonológicas (gráficas)
 - a) São apresentadas em tamanho Grande, em luminosos
 - b) Apresentam jogo de cores: COMMCENTER (COMM, em azul; CENTER, em vermelho)
 - c) Baseiam-se em onomatopéias: Tok e Stok
 - d) Utilizam letras próprias das relações comerciais: E e & (Tok e Stok, Papelaria & informática)

Podemos aprofundar esta análise para cada um destes nomes e assim a compreensão do funcionamento destas designações. O detalhamento da análise pode ser feito pela interpretação da descrição acima na cena enunciativa apresentada no início desta parte.

Tomemos aqui o caso de nomes como  **COMM CENTER** e **TOK & STOK**

no Shopping Center Iguatemi de Campinas. O fato de se buscar uma leitura à distância, capaz de levar a encontrar a loja no espaço do Shopping não só está ligado ao tamanho (corpo) das letras, mas também a um certo modo de grafá-las e de escrever (poderia dizer desenhar) este nome. No caso de **COMM CENTER** vemos um jogo de cores e de espessuras de letras e partes da palavra que representa o próprio processo de composição da palavra. Trata-se no caso de um processo de aglutinação. Esta aglutinação integra na palavra composta uma palavra como *commercial* (comercial) e ao mesmo tempo a palavra *communication* (comunicação) que se aglutinam a *center* (centro). E aqui este processo se dá sobre palavras da língua inglesa, e cuja escrita é muito próxima das palavras em Português, o que mostra que a nomeação de lojas se realiza num espaço de línguas e seus falantes (espaço de enunciação) globalizado. É como se os falantes fossem aí falantes das línguas em circulação internacional neste momento.

Por outro lado **TOK E STOK** representa uma simetria entre o primeiro segmento **TOK** e o segundo **STOK**, ambos terminados por **K**. E esta simetria se dá como a sugerir a leitura em voz alta da palavra e assim significa o que o efeito onomatopáico aí coloca: o sentido da madeira. Por outro lado, o articulador dos dois segmentos é um **E** próprio da linguagem comercial, o que inscreve no nome o sentido do comércio. Isto, mais a onomatopéia, significa comércio de móveis, que é também significado pela alusão que **stok** faz à palavra inglesa *stock* que significa *estoque*, uma palavra tipicamente comercial.

A forma gráfica do nome é um predicado do nome, ao lado de outros predicados que o nome posto na entrada da loja reúne. A forma gráfica é parte do que faz o nome significar, designar.

Para os dois casos que estamos analisando, podemos dizer: a) para **COMM CENTER** a forma gráfica significa uma contemporaneidade garantidora de modernidade e qualidade; b) para **TOK E STOK** a nobreza da madeira e a espontaneidade da onomatopéia afetada pela internacionalidade da alusão a *stock*.

É assim que estes nomes, enquanto marca, estão nas lojas correspondentes para identificá-las e não para referi-las. Não há como pensar o nome sem sua configuração gráfica e o que ela aí significa enquanto nome público. Neste sentido, os nomes de estabelecimentos comerciais, enquanto elemento de marketing, são modos de identificar *lugares* comerciais.

Isto nos leva a um aspecto importante da configuração da cidade contemporânea: a de ser um espaço configurado como lugar de consumidores. O que reduz, quanto ao aspecto aqui colocado, o cidadão ao consumidor, e afeta o sentido do espaço público com o sentido do privado, pela determinação da pessoa enquanto possível comprador, na sua relação pessoal com aquele de quem poderá comprar o que considera que deseja.

Notas

¹ Um maior desenvolvimento da questão do espaço de enunciação e de seu caráter político pode ser encontrado em Guimarães (1997, 2000, 2002).

² Tomo aqui esta noção a partir da formulação que lhe deu Ducrot (1972) em *Dire et ne pas dire*.

³ Em “Os níveis da análise lingüística”.

Referências Bibliográficas

- BENVENISTE, E. (1966) **Problemas de lingüística geral I**. Campinas: Pontes, 1988.
- DUCROT, O. (1972) **Princípios de semântica lingüística - dizer e não dizer**. São Paulo: Cultrix, 1977.
- DUCROT, O. (1984) **O dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 1988.
- GUIMARÃES, E. (1997) *Política de línguas na América Latina. Relatos*, 7. Projeto História das Idéias Lingüísticas no Brasil, Unicamp, 2001.
- GUIMARÃES, E. (2000) **O político e os espaços de enunciação**. Conferência no I Encontro Nacional Linguagem, História, Cultura, Cáceres: UNEMAT.
- GUIMARÃES, E. (2000a) *Sentido e acontecimento*. Gragoatá. Niterói: UFF.
- GUIMARÃES, E. (2002) **Semântica do acontecimento**. Campinas: Pontes.
- RANCIÈRE, J. (1992) **Os nomes da história**. São Paulo: Educ/Pontes, 1994.