

O conceito de compreensão responsiva no Círculo de Bakhtin: uma análise a partir da campanha publicitária do ENEM 2020

The concept of responsive comprehension in the Bakhtin Circle: an analysis of the ENEM 2020 advertising campaign

Leticia Maria, CORREOA (UNICENTRO)¹
Cristiane Malinoski Pianaro, ANGELO (UNICENTRO)²

RESUMO

Este artigo tem por objetivo realizar uma análise da campanha publicitária do ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio), veiculada pelo Governo Federal em 2020, como também de um *meme*, que surgiu como resposta à campanha. Para tanto, tomam-se os pressupostos da teoria dialógica do Círculo de Bakhtin, com destaque ao conceito de compreensão. As análises indicam que os sentidos dos enunciados são produzidos quando se compreende a situação de enunciação, o contexto extraverbal e a dinâmica das relações sociais, o que envolve levar em conta o contexto da pandemia do Covid-19, o posicionamento do governo federal diante da doença infecciosa, os impactos da pandemia na escolarização dos jovens brasileiros, dentre outros aspectos.

Palavras-Chave: Dialogismo, Compreensão, Campanha do ENEM 2020.

ABSTRACT

The following article has as aim to do a dialogical analysis of the ENEM (National High School Exam) campaign published by the Federal Government in 2020 and of a meme, which appeared as a response to the video of the campaign. For that, the assumptions of the dialogical theory of the Bakhtin Circle are taken, highlighting the concept of comprehension. The analysis indicate that the construction of meaning in the statements occurs when we understand the situation of enunciation, the extraverbal context and the dynamic of the social interactions which involves taking into account the context of the Covid-19 pandemic, the positioning of the federal government face the infectious disease, the impact of the pandemic on the schooling of young Brazilians, along with other aspects.

Keywords: *Dialogism, Comprehension, ENEM 2020 campaign.*

¹ Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná, Guarapuava, Paraná. Departamento de Letras. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9938-5251>; email: leticia_m_correoa@hotmail.com

² Universidade Estadual do Centro-Oeste, Campus Universitário de Irati, Paraná, Brasil. Departamento de Letras. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2297-890X>; email: cristiane.mpa@gmail.com

1. Introdução

Os estudos feitos pelo Círculo de Bakhtin (BAKHTIN, 2003; 1981; VOLÓCHINOV, 2013; BAKHTIN; VOLÓCHINOV, 1976) foram fundamentais para compreender que a relação entre o discurso verbal e a vida não pode ser desassociada sem que o discurso sofra a consequência de perder a sua significação. Nessa perspectiva, ao contrário do que o *objetivismo abstrato* de Saussure propunha, Bakhtin (1981) rompe com o pensamento de que a língua é um sistema abstrato de signos, e sugere a noção de dialogismo para direcionar o pensamento linguístico provindo da sua teoria. Segundo o autor:

A verdadeira substância da língua não é constituída por um sistema abstrato de formas linguísticas nem pela enunciação monológica isolada, nem pelo ato psicofisiológico de sua produção, mas pelo fenômeno social da *interação verbal*, realizada através da *enunciação* ou das *enunciações*. A interação verbal constitui assim a realidade fundamental da língua (BAKHTIN, 1981, p. 125, grifos do autor).

Dessa forma, a linguagem é constitutivamente dialógica porque é historicamente instituída nas relações entre as pessoas, relações sempre tensas, conflituosas e multifacetadas. Nessas relações o próprio homem se completa e se constrói em suas falas e nas falas dos outros, conforme explica Geraldi “[...] lendo a palavra do outro, posso descobrir nela outras formas de pensar que, contrapostas às minhas, poderão me levar à construção de novas formas, e assim sucessivamente” (GERALDI, 1997, p. 171).

A materialização da teoria dialógica acontece por meio do enunciado, que Bakhtin (2003) admite como um elo dentro da cadeia infinita de enunciados. Nesse movimento é que encontramos os sentidos nas enunciações, pois, segundo o autor, é necessário levar em consideração que o ouvinte realiza uma compreensão ativa e não uma compreensão passiva como sugeriam teorias linguísticas anteriores, como a do próprio *objetivismo abstrato* (BAKHTIN, 1981).

Com base nos conceitos da teoria dialógica do Círculo de Bakhtin, a privilegiar a conceitos de compreensão e de gênero discursivo, o objetivo deste trabalho é analisar a campanha publicitária do Exame Nacional do Ensino médio (ENEM) do ano de 2020 e um *meme*³ que surgiu como resposta à campanha. De acordo com Souza (2015, p. 2), “é considerada ‘meme’ aquela postagem, seja em forma de enunciado verbal, não-verbal ou verbo-visual, que se torna um fenômeno e é compartilhada inúmeras vezes”.

Levamos em consideração que o contexto extraverbal, com seus valores e ideologias, é constitutivo dos enunciados, como o da campanha do ENEM e do *meme*, a demandar respostas que refletem e refratam

³ *Meme* é um termo grego que significa imitação. O termo é bastante conhecido e utilizado no "mundo da internet", referindo-se ao fenômeno de "viralização" de uma informação, ou seja, qualquer vídeo, imagem, frase, ideia, música e etc., que se espalhe entre vários usuários rapidamente, alcançando muita popularidade. Disponível em: <https://www.significados.com.br/meme/>. Acesso em: 21 out. 2020.

a dinâmica das relações sociais. Diante da situação de pandemia causada pelo *coronavírus*, a disseminação e a repercussão do vídeo de divulgação das datas do ENEM 2020 foram quase imediatas, pois possibilitaram a interação de um número enorme de interlocutores e a produção de incontáveis tipos de respostas. Por um lado, houve respostas positivas, provindas daqueles sujeitos que concordaram com a não alteração das datas do exame; por outro, negativas, provindas dos sujeitos que acreditaram que o exame deveria ser adiado ou cancelado no ano de 2020.

1. Compreensão e gênero discursivo

Quando Volóchinov (2013) analisa a compreensão e a linguagem, observa que a consciência subjetiva do falante não usa a língua como sistema de formas normativamente idênticas, uma vez que esse sistema é uma abstração. Na verdade, para o falante a identidade da forma não é o centro de gravidade, mas sim o novo significado que esta identidade adquire em um dado contexto. Ainda segundo o autor, o trabalho principal da compreensão foca no que é próprio para a compreensão da forma em um determinado contexto.

Distingue-se, então, o sistema abstrato das formas normativamente idênticas da língua da linguagem entendida como conjunto de possíveis contextos de utilização de uma forma linguística, ou seja, a palavra para o falante vai além do seu significado no dicionário e se torna uma palavra que o interlocutor utiliza nas mais variadas enunciações.

Volóchinov (2013) afirma que a forma linguística surge para o falante em um contexto ideológico preciso. A palavra está preenchida de um significado ideológico ou cotidiano, ou seja, quando escutamos uma palavra estamos escutando na realidade “uma verdade ou uma mentira, algo bom ou cativante, útil ou inútil, agradável ou desagradável etc.” (VOLÓCHINOV, 2013, p.116). Dessa forma, quando uma pessoa ouve ou lê uma palavra, não realiza uma compreensão passiva, e sim uma compreensão ativa e valorada, entrelaçando essa palavra com o contexto da enunciação.

De modo a ampliar o conceito de compreensão, Bahktin, no ensaio denominado *Os gêneros do discurso*, na obra *Estética da criação verbal* (2003), salienta que o cerne da sua teoria dialógica se concentra no fato de que cada enunciado é um elo complexamente organizado dentro da cadeia discursiva. Nessa perspectiva, quando o falante se expressa por meio de um enunciado, ele o faz a partir do seu posicionamento social, político e histórico. Da mesma maneira, o ouvinte passa a ser um receptor ativo daquilo que ouve, assumindo uma posição ativa-responsiva no ato da comunicação. Segundo Sobral:

Na definição de outra base da concepção dialógica, o Círculo sua a expressão ‘entoação avaliativa’ (ou ‘expressiva’) para designar o fato de que o sujeito sempre diz algo ao outro a partir de uma dada posição social, que resulta da relação do sujeito com o outro nas circunstâncias concretas de sua interação (SOBRAL, 2009, p. 84).

Sendo assim, é na própria interação verbal que se encontra a base do posicionamento ideológico dos interlocutores, e na relação entre entoação avaliativa e a responsividade ativa dos sujeitos que se encontra a compreensão dos sentidos dos enunciados.

Bakhtin (2003) define três peculiaridades do enunciado, que determinam a sua constituição. A primeira foca na alternância dos sujeitos do discurso, pois no momento da interação verbal sempre há um sujeito que produz um enunciado e outro que responde. Sobral (2009) ilustra tal jogo de valorações de maneira bastante didática, referindo-se ao falante como “provocador” e ao ouvinte como “provocado”, e descreve uma situação em que o primeiro utiliza de seu conhecimento prévio de uma possível reação do segundo para provocá-lo com enunciados que gerem uma determinada resposta. Ao fazer essa provocação de forma consciente, o falante pode alterar o rumo de seu enunciado, moldando a sua fala para motivar a resposta desejada no ouvinte, que por sua vez irá responder à enunciação de forma igualmente provocativa. Como nos mostra Sobral:

[...] a um dado tom avaliativo, ou entoação avaliativa, corresponde um dado ‘tom’ responsivo, uma atividade ‘ativa’ de resposta, aquilo que o Círculo denomina ‘responsividade ativa’, que não é mera recepção passiva, mas justamente uma forma avaliativa ativa de recepção pelo interlocutor, uma avaliação que é presumida pelo locutor antes de este falar (SOBRAL, 2009, p. 87).

Dessa forma, essa alternância entre os sujeitos é o que emoldura o enunciado, pois o falante sempre espera uma resposta ativa do ouvinte.

A segunda peculiaridade é a da conclusibilidade, que se refere ao fato de que o falante encerra um texto quando ele sabe que a finalidade/ intencionalidade foi devidamente cumprida, que o enunciado está pronto para a réplica do outro. E a última peculiaridade, e mais importante para o autor, engloba a escolha do gênero de discurso, isto é, o falante escolhe a modalidade de enunciado de acordo com a situação discursiva e o adapta de acordo com a sua necessidade e intenção.

Ao propor o conceito de gêneros discursivos, Bakhtin (2003) ressalta que o uso da linguagem está intimamente ligado às diversas áreas da atividade humana e a multiplicidade desse uso reflete também a multiplicidade das esferas da interação. Mas, o que seriam essas esferas da interação humana? Temos como exemplo a familiar, a religiosa, a científica, a jornalística, dentre outras. Cada uma dessas esferas possui realidades e posicionamentos sociais específicos que refletem e refratam a variedade infinita do uso de linguagens e modalidades de enunciados, a originar a pluralidade dos gêneros discursivos e a complexidade em defini-los.

O gênero discursivo provém de uma situação enunciativa momentânea e determina a estrutura dessa enunciação; é selecionado de acordo com a situação comunicativa e com as intenções do falante

que define o gênero mais adequado à sua enunciação. Portanto, a escolha do gênero se dá com a finalidade de contribuir para que a compreensão do enunciado seja alcançada de forma eficaz.

Bakhtin (2003) também destaca que os gêneros não são imutáveis, eles crescem, se modificam e se tornam mais complexos dependendo da situação, por isso a dificuldade em definir a natureza geral do enunciado. O autor ainda classifica os gêneros em primários e secundários. Os primários são aqueles considerados simples e que se formam nas condições da comunicação discursiva imediata, como, por exemplo, o próprio diálogo cotidiano e familiar. Já os gêneros secundários são aqueles considerados complexos, que surgem em condições discursivas mais elaboradas, como, por exemplo, romances, dramas, pesquisas científicas, etc. Nessa perspectiva, o emprego da língua é efetuado em forma de enunciados, sejam eles orais ou escritos, “[...] cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciado, os quais denominamos *gêneros do discurso*” (BAKHTIN, 2003, p. 262, grifos do autor).

Para Bakhtin (2003), cada enunciado, além de pertencer a um gênero discursivo específico, caracteriza-se por possuir três elementos que são indissociáveis: *o conteúdo temático, o estilo e a construção composicional*. O primeiro elemento é o responsável por carregar a finalidade daquilo que é dito; ele é o domínio do sentido, ou seja, quando falamos algo, temos sempre algo a dizer, algo que merece ser dito e um motivo para ser dito.

Já o *estilo* consiste na seleção dos meios linguísticos, entre eles a escolha do léxico e das formas gramaticais na execução do enunciado. Além disso, Bakhtin (2003) também destaca ser possível encontrar o estilo tanto na fala do sujeito quanto no próprio gênero discursivo. Ao assumir que o falante possui um leque de opções na hora de executar o seu enunciado, a escolha de uma ou outra maneira de produzir o enunciado não pode ser vista como inocente ou sem propósito, uma vez que ao assumir que o falante possui sempre uma intenção a partir de sua enunciação, precisamos assumir também que ele necessita de recursos para garantir que tal intenção esteja devidamente clara para o interlocutor. Dessa maneira, se nota o que o autor quer dizer quando afirma que um enunciado absolutamente neutro é impossível.

O terceiro elemento é a *construção composicional* do gênero, que Bakhtin acredita ser o elemento mais característico dos constituintes do gênero discursivo, como afirma em:

Esses enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só por seu conteúdo (temático) e pelo estilo da linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua, mas, **acima de tudo**, por sua construção composicional (BAKHTIN, 2003, p. 11-12, grifo nosso).

Além disso, o aspecto formal do enunciado constitui a estrutura do texto, ou seja, aquilo que os nossos olhos captam em primeiro plano quando nos deparamos com ele.

A fim de entender como a noção de compreensão proposta pelo Círculo de Bakhtin funciona, faremos em seguida uma análise da campanha do ENEM no ano de 2020, a partir da qual apontamos para as materializações do conceito de compreensão, além de observar como se dá a construção de sentido nos enunciados trabalhados.

2. Análise da campanha do ENEM 2020

Consideremos a seguinte frase: “A VIDA NÃO PODE PARAR”.

Ao lermos essa frase fora de uma situação enunciativa específica, ou seja, focando somente no significado dos itens lexicais, podemos entendê-la como uma frase motivacional, em que poderíamos pensar em algo como “a vida precisa continuar”; “não podemos ser fracos”; “devemos enfrentar os problemas”. Porém, como Volóchinov (2013) afirma, não estaríamos de fato reconhecendo a situação da enunciação. Ao considerarmos a mesma frase no contexto de uma campanha publicitária, essa compreensão mostra-se diferente.

Figura 1 – Campanha publicitária do ENEM



Fonte: <https://www.publicitarioscriativos.com/propaganda-do-enem-com-slogan-a-vida-nao-pode-parar-causa-revolta/> (Acesso em 09/05/2020)

A imagem pertence à da campanha de 2020 do ENEM, a qual gerou polêmica ao ser divulgada, uma vez que, enquanto algumas pessoas defendiam a aplicação das provas, outras defendiam o adiamento e/ou cancelamento do exame no ano de 2020, em virtude da situação de pandemia causada pelo *coronavírus (SARS-CoV-2)*.

Como a frase “A VIDA NÃO PODE PARAR” pertence a uma campanha publicitária, é importante fazer um breve esclarecimento sobre o gênero discursivo. A campanha publicitária ou propaganda se utiliza da persuasão e da ideologia por meio de elementos linguísticos e possui diversas finalidades desde a venda de um produto até a divulgação de ideologias e crenças. De acordo com Carvalho (2010, p. 21), “a propaganda está presente em todos os setores da vida moderna. Ela pode, de acordo com a sua natureza,

ser classificada como: ideológica, política, eleitoral, governamental, institucional, corporativa, legal, religiosa e social”. Percebemos que a campanha do ENEM é de natureza ideológica, política e governamental, visto que o Governo Federal do Brasil a elaborou com o intuito de divulgar a não alteração das datas da prova e incentivar os estudantes brasileiros a não mudar a sua rotina de estudos, ignorando os impactos da pandemia na vida desses estudantes, principalmente dos mais pobres.

Com um minuto de duração, o vídeo da campanha, intitulada “Enem 2020: o Brasil não pode parar”, entrou em circulação no dia 04 de maio de 2020, tanto na televisão quanto na Internet, e teve como público-alvo principal os estudantes que possuem o objetivo de entrar em uma universidade pública ou em uma faculdade particular por meio de bolsas de estudos. Nas cenas, os atores, quatro adolescentes, gravaram os vídeos de dentro de suas casas e com os próprios celulares. Importante observar que todos os cômodos que aparecem na gravação representam casas de classe média alta, com estantes cheias de livros e móveis planejados ao fundo, além de os celulares serem de última geração. Como sabemos, o cenário mostrado na campanha não representa a realidade de um grande número de jovens brasileiros. Segundo dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, cerca de 50 milhões de brasileiros, o equivalente a 25,4% da população, vive na linha de pobreza⁴. Em suas falas, os atores incentivam os estudantes do Brasil, a estudar “de qualquer lugar, de diferentes formas, pelos livros, internet, com a ajuda a distância dos professores” (Campanha do ENEM, 2020), ou seja, uma realidade distante de muitos jovens.

Observa-se que a frase “A VIDA NÃO PODE PARAR” e a campanha do ENEM de 2020 refletem o posicionamento do governo federal do Brasil com relação à pandemia, o qual afirma que mesmo diante da propagação do vírus as pessoas devem continuar suas vidas normalmente, ignorando todas as recomendações de órgãos importantes como a OMS (Organização Mundial da Saúde) que aconselha manter e reforçar o isolamento social como medida de prevenção mais eficaz contra a disseminação do novo *coronavírus*. Segundo dados do Ministério da Saúde do Brasil⁵, na data da divulgação da campanha do ENEM (01/05/2020) já havia mais de 100.000 (cem mil) casos registrados e mais de 7.000 (sete mil) mortes causadas pelo vírus.

De acordo com Volóchinov (2013), ao ouvirmos uma palavra ou sentença estamos de fato ouvindo algo agradável ou desagradável. A reação do ouvinte é, então, uma resposta à enunciação feita, ou seja, ao ouvir uma palavra ou frase, o interlocutor insere todo contexto necessário para que ele a compreenda. Diante do exemplo dado “A VIDA NÃO PODE PARAR”, é possível afirmar que essa frase e o vídeo do ENEM 2020 geraram diversos tipos de respostas dos interlocutores. Assim, houve pessoas que

⁴ Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2017-12/ibge-brasil-tem-14-de-sua-populacao-vivendo-na-linha-de-pobreza>. Acesso em 04 maio 2021.

⁵ Disponível em: <https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/46825-brasil-registra-101-147-casos-de-coronavirus-e-7-025-mortes-pela-doenca>. Acesso em 23 ago. 2020.

concordaram com a preservação das datas do exame, enquanto outras foram contra a continuidade do ENEM durante o ano de 2020, por acreditarem que o governo estará aumentando ainda mais o abismo já existente das classes sociais do Brasil. Para essas, se o aluno não possui recursos como internet, computador, celular e livros, além do que é considerado básico, como moradia e comida, o mesmo não obterá os mesmos resultados no exame em comparação a um aluno que possui tais recursos à mão. Desse modo, as respostas procedentes da divulgação do vídeo do ENEM foram variadas, visto que o posicionamento dos ouvintes varia de acordo com as suas posições sociais e ideologias, por isso a campanha cativou a alguns e gerou revolta a outros.

Como o vídeo foi divulgado na Internet, as respostas vieram rapidamente por meio de matérias em *websites*, comentários e *memes*. Um desses *memes* é o seguinte:

Figura 2- *meme* ironizando a campanha do ENEM 2020



Fonte: <https://www.midiamax.com.br/midiamaais/2020/video-do-inep-sobre-enem-2020-vira-meme-nas-redes-sociais> (Acesso em: 09/05/2020)

Novamente temos aqui um exemplo de enunciação responsiva, uma vez que o *meme* foi criado como uma resposta à campanha e mais especificamente uma resposta à primeira sentença. Comparando as duas enunciações “A VIDA NÃO PODE PARAR” e “VOCÊ QUE LUTE”, dentro dessa situação enunciativa específica, é possível afirmar que ao ler a primeira, um ouvinte que se encontra às margens da sociedade e que não tem os recursos necessários para estudar para o exame, ao invés de se sentir motivado a fazer a prova, se sente ainda mais marginalizado e excluído pela sociedade, interpretando-a assim de acordo com o significado da segunda enunciação.

Conforme ressaltamos, o segundo enunciado “VOCÊ QUE LUTE” é um *meme* produzido a partir do vídeo da campanha publicitária original do ENEM 2020. Para analisar um *meme* como um enunciado concreto, é necessário entender que se trata de um gênero discursivo que circula exclusivamente na Internet, por meio da mídia e das redes sociais e que se materializa “em forma de *hiperlink*, vídeo, imagem, *website*, *hashtag*, ou apenas uma palavra ou frase [...]” (SOUZA, 2015, p. 8). O gênero discursivo *meme*, assim como a campanha publicitária, utiliza-se de elementos linguísticos verbais e visuais, além de possuir

uma natureza efêmera que os permitem ser modificados de acordo com a ideia que se deseja passar ou com o público que se pretende atingir.

Para Guerra e Botta (2018, p. 1869), um *meme* possui “(b) conteúdo (temático) – geralmente é uma reação, crítica ou comentário sobre algum acontecimento, que pode ser expresso pela imagem e/ou pela frase utilizada [...]”. Em “VOCÊ QUE LUTE”, o conteúdo temático desse *meme* é uma crítica e uma ironia à campanha publicitária do ENEM, que pressiona o governo a adiar ou cancelar o exame durante o ano de 2020 devido ao grande número de alunos que não tem os recursos necessários para estudar para a prova. É importante ressaltar que quando tratamos de um *meme*, fica difícil estabelecer quem o produziu, uma vez que entre as esferas de circulação desses estão principalmente as redes sociais, nas quais as pessoas podem facilmente copiar e colar em suas páginas tais imagens, sem se preocupar em dar os devidos créditos a quem produziu, acima de tudo porque muitas vezes não se sabe ao certo quem foi.

De acordo com Guerra e Botta (2018, p. 1869), quando falamos no estilo encontrado em um *meme* “a mensagem é bem curta, escrita em linguagem informal”. No exemplo “VOCÊ QUE LUTE”, sabemos⁶ que foi um *meme* criado para criticar a campanha original do ENEM 2020; nesse caso a escolha da imagem de fundo foi tão importante quanto a escolha das palavras, visto que por meio da imagem retirada do vídeo do ENEM os interlocutores conseguiram entender o *meme* e identificar a crítica relacionada à campanha.

Em ambos os exemplos trabalhados, o primeiro fator que chama a atenção é a maneira descomplicada que os enunciados aparecem para nós: uma imagem com uma sentença sobreposta a ela. A simplicidade e a facilidade de produção dessa forma de enunciado são fatores que contribuíram para a sua popularidade e rápida disseminação na internet. Fato que também explica a rápida resposta ativa vinda dos interlocutores. Encontramos nesses exemplos uma construção composicional relativamente simples. Segundo Guerra e Botta (2018, p. 1869), “[...] os memes “padrão” costumam ser compostos por uma imagem e uma gíria ou bordão; normalmente, os recursos verbais são colocados sobre a imagem (em cima e embaixo) e não são necessariamente relacionados com o item visual”. Percebe-se, também, em ambos enunciados, que as linguagens visual e verbal agem mutuamente para nos auxiliar a produzir os sentidos e as valorações almejadas pelos produtores dos enunciados.

De acordo com a teoria dialógica, é possível afirmar que em ambas as enunciações, os signos são ideológicos e carregados de significação e só podem ser compreendidos a partir do entendimento da situação em que foram enunciados, pois “o discurso é diretamente vinculado à vida em si e não pode ser divorciado dela sem perder sua significação” (VOLOSHINOV; BAKHTIN, 1976, p.4). Dessa forma, se não estivéssemos vivendo uma situação de pandemia daríamos uma valoração diferente para a primeira

⁶ Disponível em : <https://www.midiamax.com.br/midiamaais/2020/video-do-inep-sobre-enem-2020-vira-meme-nas-redes-sociais>. Acesso em 20 out. 2020.

sentença “A VIDA NÃO PODE PARAR”, e a segunda “VOCÊ QUE LUTE” provavelmente nem existiria, uma vez que surgiu como uma resposta à primeira enunciação.

Qual seria então a condição para que o ouvinte possa de fato compreender um enunciado? Para Voloshinov e Bakhtin (1976) é o “contexto extraverbal” que envolve a enunciação de significado e valor para o interlocutor, gerando, assim, a compreensão da enunciação. Ainda para os autores, o contexto extraverbal é constituído de três aspectos, que serão explorados aqui a partir dos exemplos utilizados nesse texto.

O primeiro aspecto foca no horizonte espacial comum entre os interlocutores, ou seja, é o espaço físico e temporal compartilhado e compreendido entre os falantes. Retomando os exemplos utilizados, “A VIDA NÃO PODE PARAR” e “VOCÊ QUE LUTE”, o horizonte comum é o próprio contexto brasileiro, no ano 2020, em que milhares de pessoas morreram diante da pandemia causada pelo novo *coronavírus*.

O segundo aspecto para os autores é o conhecimento e a compreensão comum da circunstância por parte dos ouvintes. Dessa forma, tal aspecto explora o conteúdo e objetivo daquilo que é falado. Como afirmamos anteriormente, o conteúdo do enunciado utilizado no primeiro exemplo e de toda campanha do ENEM de 2020 reflete o posicionamento do governo frente à pandemia e tem o objetivo de fazer com que as pessoas retomem as suas vidas normalmente, uma vez que o governo brasileiro insiste em afirmar que a pandemia nada mais é do que um jogo da mídia ou um plano da China, país que relatou os primeiros casos do vírus no intuito de quebrar as economias do mundo⁷. Já no segundo exemplo, o conteúdo não é encontrado somente na sentença em si, mas nas relações de conhecimentos compartilhados: no conhecimento do que é um *meme*, da imagem e do vídeo da campanha do ENEM 2020 e da posição do governo brasileiro frente à pandemia.

O grande número de respostas negativas ao anúncio da campanha do ENEM, e também a criação do *meme* contendo a segunda enunciação trabalhada nesse texto “VOCÊ QUE LUTE” servem para exemplificar como os interlocutores têm de fato conhecimento e compreensão da situação em que essa enunciação foi feita. Encontramos aqui o terceiro aspecto do contexto extraverbal explorado por Voloshinov e Bakhtin (1976), que seria então o da avaliação comum entre os falantes sobre determinado enunciado. Ou seja, se o ouvinte não considerar tudo o que foi citado – o Brasil no ano de 2020, diante de uma pandemia, em que o governo continua a ignorar a seriedade da situação e o fato de a campanha refletir esse posicionamento – provavelmente não compreenderá nenhum dos enunciados, nem produzirá aquilo que Voloshinov e Bakhtin (1976) chamam de conclusão avaliativa.

Além disso, é de extrema importância que o enunciado una de alguma forma os participantes da enunciação, tornando-os, assim, co-participantes que “conhecem, entendem e avaliam a situação de

⁷Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/colunas/tales-faria/2020/03/16/bolsonaro-esta-convencido-de-que-coronavirus-e-plano-do-governo-chines.htm>. Acesso em 24 ago. 2020.

maneira igual” (VOLOSHINOV; BAKHTIN, 1976, p. 5). Em tempos tão assustadores e incertos como os vividos em 2020, é reconfortante e até crucial pensar que existe algo que nos une e nos aproxima como seres humanos.

Como se sabe, o Ministério da Educação (MEC) acabou por ceder à pressão e às críticas que recebeu devido à decisão de manter a data original da prova do ENEM, e adiou o exame⁸, que estava marcado para acontecer nos dias 01/11 e 08/11 de 2020 (Enem impresso) e 22/11 e 29/11 de 2020 (Enem digital), para os dias 17 e 24 de janeiro de 2021 (Enem impresso) e 31/01 e 07/02 de 2021 (Enem digital). A decisão não foi súbita e/ou espontânea, mas uma resposta a tantos posicionamentos contra a decisão do governo, resposta essa desencadeada de forma mais rápida após a divulgação do vídeo com as datas do exame. Ou seja, encontramos aqui um exemplo de como o falante é um provocador e de como a enunciação é um jogo de valorações no qual o falante ao produzir um enunciado, prevê o interlocutor tornando-se, assim, ouvinte, e vice-versa, e é, dessa forma, a partir dessa previsão que ele produz o seu enunciado. Nesse caso, o governo (falante) provocou uma resposta ativa nos interlocutores (parcela do povo brasileiro) e esses interlocutores produziram diversos tipos de respostas, como, por exemplo, o *meme* reproduzido aqui, e passaram a ser falante, enquanto o governo se tornou o interlocutor.

No exemplo “A VIDA NÃO PODE PARAR” fica claro que a escolha das palavras não foi aleatória, pois é evidente a intenção do governo de minimizar a situação da pandemia e reforçar aquilo que já havia sido dito em outras ocasiões, que mesmo diante dela as pessoas devem seguir com as suas vidas normalmente⁹. Na escolha do léxico desse enunciado, encontramos a negativa do verbo transitivo direto *poder*, que, de acordo com a definição do dicionário online DICIO¹⁰, significa “ser autorizado para; ter permissão para”. Temos aqui traços da ideologia de um governo que se acredita soberano e que não autoriza e não permite o seu povo a parar com as suas vidas, estagnar a economia e a geração de receitas, mesmo diante de uma pandemia. Se a escolha de palavras para a campanha tivesse sido outra, não teríamos somente um enunciado diferente, mas sim toda uma corrente enunciativa diferente, em que a valoração e a responsividade ativa dos interlocutores também seriam outras.

Considerações finais

A partir das discussões feitas, verificamos que o contexto sócio-histórico e cultural em que um enunciado é proferido sempre reflete e refrata ideologias e que nenhum enunciado ocorre de maneira

⁸Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2020/07/08/prova-do-enem-2020-sera-em-janeiro-de-2021.ghtml>. Acesso em 10 jul. 2020.

⁹ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/08/06/vamos-tocar-a-vida-diz-bolsonaro-sobre-pais-atingir-a-marca-de-100-mil-mortos-por-coronavirus.ghtml>. Acesso em 10 set. 2020.

¹⁰ Disponível em: <https://www.dicio.com.br/poder/>. Acesso em 30 maio 2020.

inocente; sempre há uma intenção e uma valoração atreladas ao que foi dito, exigindo dos interlocutores um olhar crítico para compreender o contexto, as valorações e as intenções por trás dos enunciados.

Ao analisarmos o corpus selecionado, tanto em “A VIDA NÃO PODE PARAR” quanto em “VOCÊ QUE LUTE”, foi fundamental identificar o gênero discursivo em que cada enunciado se insere, respectivamente uma campanha publicitária e um *meme*, para entender o seu funcionamento na cadeia discursiva e compreender que os enunciados sempre geram uma responsividade ativa dos participantes do discurso. Na base da produção enunciativa que originou a campanha do ENEM 2020, na qual encontramos “A VIDA NÃO PODE PARAR” percebemos que o enunciado se inseriu na cadeia discursiva com o objetivo de disseminar a ideologia do governo atual face à pandemia causada pelo *coronavírus*, fato que gerou inúmeras respostas, tanto positivas quanto negativas, sendo que uma dessas respostas se materializou no *meme* “VOCÊ QUE LUTE”.

Com isso, ressaltamos que os resultados das nossas análises só foram possíveis graças as nossas reflexões acerca do conceito de compreensão do Círculo de Bakhtin, que nos ajudaram a perceber o quão complexo e ao mesmo tempo esclarecedor o estudo da natureza dos enunciados e dos gêneros discursivos pode ser. Além disso, observamos que levar em conta o contexto extraverbal e a intenção com que um locutor profere uma enunciação é fundamental para compreender os sentidos dos enunciados.

Referências

- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003 [1979]. Tradução: Paulo Bezerra.
- _____. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. Tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira; com a colaboração de Lúcia Teixeira Wisnik e Carlos Henrique D. Chagas Cruz. 2.ed. São Paulo: Hucitec, 1981 [1929].
- CARVALHO, V. A. **Leitura de propaganda impressa: uma contribuição para o ensino de língua portuguesa**. **Dissertação** (Mestrado em Linguística aplicada) Universidade de Taubaté. 2010
- GERALDI, J. W. **Portos de Passagem**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- SOBRAL, A. **Entoação Avaliativa e Responsividade Ativa**. In: SOBRAL, A. **Do dialogismo ao gênero**: as bases do pensamento do círculo de Bakhtin. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2009. Série ideias sobre Linguagem.
- GUERRA, C; BOTTA, M. G. O meme como gênero discursivo nativo do meio digital: principais características e análise preliminar. **Domínios de Linguagem**. Uberlândia. vol. 12, n. 3. jul. - set. 2018 ISSN 1980-5799
- SOUZA, C. As relações dialógicas na produção de ‘memes’ na internet. **Littera online**.v. 6, n. 10, 2015.
- VOLÓCHINOV, V. N. **A construção da enunciação e outros ensaios**. Organização, tradução e notas de João Wanderley Geraldi. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2013.
- VOLOSHINOV, V. N.; BAKHTIN, M. **Discurso na vida e discurso na arte**: (sobre poética sociológica). Tradução de Carlos Alberto Faraco e Cristóvão Tezza [para fins didáticos]. 1926. Versão da língua inglesa de I. R. Titunik a partir do original russo, publicada em V. N. Voloshinov, *Freudism*, New York. Academic Press, 1976.