



MUTAÇÕES DO DISPOSITIVO MIDIÁTICO NO PROCESSO DE CIRCULAÇÃO: O “LARANJINHA”, UM ESTUDO DE CASO EM ANGOLA

Bantu Mendonça Katchipwi Sayla¹
UNIVERSIDADE DO VALE DOS SINOS.

Objetivamos apresentar uma discussão multidimensional do conceito de dispositivo sob a matriz triádica de Peirce (2003) acionando autores como Deleuze (1987), Braga (1994), Ferreira (2006) e Foucault (1997) na condução de caminhos heurísticos que possibilitem construir o marco epistemológico sobre o processo democrático e a construção da identidade do povo angolano tendo, como acionador o comercial do produto/dispositivo “Laranjinha”. O estudo de caso baseia-se num vídeo (institucional) posto em circulação no ano de 2012. A publicação, no canal oficial da empresa privada de telefonia móvel Unitel, apresentando aos interagentes uma promessa: “Unitel para todos”, suscita circuitos atrelados a um contexto de desdobramentos dos processos midiáticos (FAUSTO NETO, 2010). Adentrando nas esferas do institucional, constatamos fortes marcas de reconfigurações étnicas e democráticas à nível nacional daquele país. Ademais, ao ser postado pela instituição e replicado por um ator social, não só funciona como mídia que permite o fluxo adiante (BRAGA, 2012), mas aciona comentários, desencadeando um processo representacional que estabelece zonas de contato (FAUSTO NETO, 2008) entre os sujeitos, instituições e instaura outros circuitos de afetações canhestras (BRAGA, 2011). Portanto, sob angulações dos processos midiáticos, pretendemos verificar quais e como se dão as operações implicadas no processo da construção de identidade nacional e responder sobre quais as marcas constituintes do caso “*Laranjinha*”. Isto implica refletir sobre algo que resulte talvez, na interação/hibridização (CANCLINI, 1999), das lógicas de ofertas mercadológicas e dos fluxos sócio-étnico-culturais cujas mutações (FAUSTO NETO, 2008) sejam acionadas pelo consumo, pela competência sócio-técnico-tecnológica e pelos usos dos dispositivos midiáticos.

Palavras-chave: Identidade, Angolano. Dispositivos Midiáticos. Circulação. “Laranjinha”.

MUTATIONS OF THE MIDI DEVICE IN THE CIRCULATION PROCESS: THE “LARANJINHA”, A CASE STUDY IN ANGOLA

We propose to present a multidimensional discussion of the concept of a device under the triadic tree of Peirce (2003), as authors Deleuze (1987), Braga (1994), Ferreira (2006) and Foucault (1997) on the democratic process and the construction of the identity of the Angolan people, having as agent the commercial product / device “Laranjinha”. The year 2012 was published on the site of the Higher Education Unit, with the name of a group of participants. A context of unfolding of the mediatic processes (FAUTO NETO, 2010). Adhering the spheres of the institutional, strong marks of ethnic and democratic reconfiguration at the national level of that country. In addition, when it is posted by the institution and replicated by a social actor, it not only

¹ É natural de Benguela, Angola, nascido aos 25/12/73, ordenado sacerdote aos 6/08/2000. Possui graduação em Filosofia (1995), em Teologia (SMBPB 1999) e bacharelato em Comunicação Social – RTV (FATEA, 2009). Pós-graduação em Psicopedagogia e Psicomotricidade (UNISAL 2009), Mestre em Ciências de Educação (UNISUL 2012) Especialização em Psicanálise (IEB, 2014), doutorando em Psicologia (UCES – Buenos Aires - desde 2012) e doutorando em Ciência da Comunicação UNISINOS).



functions as the media that allows the flow forward (BRAGA, 2012), but it triggers comments, triggering a representational process that causes contact zones (FAUSTO NETO, 2008) among the people, institutions and institutions that are affected by canhestras (BRAGA, 2011). Therefore, in the form of media processes, we intend to find out which companies are involved in the national identity process and to answer which brands constitute the "Laranjinha" case. (CANCLINI, 1999), the motivations of market offers and mutant socio-ethnic-cultural changes (FAUSTO NETO, 2008) were triggered by the consumption, by the socio-technical team -technology and the uses of media devices.

Keywords: Identity, Angolan. Media Devices. Circulation. "Laranjinha".

1 – Introdução: Nosso objetivo neste artigo é estabelecer um processo tentativo multidimensional do conceito de dispositivo sob a matriz triádica de Peirce (2003) acionando autores como Deleuze (1987), Braga (1994), Foucault (1997) e Ferreira (2006) na condução de caminhos heurísticos que possibilitem construir marcos epistemológico sobre o processo democrático e a construção da identidade do povo angolano. Para o efeito, acionamos como marco indiciário o comercial do produto/dispositivo “Laranjinha”. Trata-se de um vídeo (institucional), posto em circulação no ano de 2012, no canal oficial da empresa privada de telefonia móvel Unitel. O comercial apresentando aos interagentes uma promessa: “Unitel para todos”, suscita circuitos atrelados a um contexto de desdobramentos dos processos midiáticos (FAUSTO NETO, 2010). Adentrando nas esferas do institucional, constatamos fortes marcas de reconfigurações étnicas e democráticas a nível nacional daquele país. Ademais, ao ser postado pela instituição e replicado por um ator social, não só funciona como mídia que permite o fluxo adiante (BRAGA, 2012), mas aciona comentários, desencadeando um processo representacional que estabelece zonas de contato (FAUSTO NETO, 2008) entre os sujeitos, instituições e instaura outros circuitos de afetações canhestras (BRAGA, 2011).

Portanto, sob angulações dos processos midiáticos, pretendemos verificar quais e como se dão as operações implicadas no processo da construção de identidade nacional e responder sobre quais as marcas constituintes do caso “Laranjinha”. Isto implica refletir sobre algo que talvez resulte, na interação/hibridização (CANCLINI, 1999), das lógicas de ofertas mercadológicas e dos fluxos sócio-étnico-culturais cujas mutações (FAUSTO NETO, 2008) sejam acionadas pelo consumo, pela competência sócio-técnico-tecnológica e pelos usos dos dispositivos midiáticos.



2 - Conceitualizando Dispositivo Midiático: No campo da comunicação midiática, o dispositivo aparece atrelado aos conceitos que decorrem de uma estrutura técnica que pode operar no campo das idéias, que tem como finalidade a busca de um consenso sobre “os lugares físicos ocupados pelos sujeitos envolvidos e sobre o canal que eles utilizam para se comunicarem” (CHARAUDEAU, 1997, p. 70). Nesta ordem de ideias o conceito de dispositivo reveste-se de uma conotação tecnológica enquanto mediação, através da qual os meios (materiais significantes) são colocados em relação aos suportes. Ele está composto por elementos materiais, ou seja, do suporte físico que carrega a mensagem enquanto conjunto de “circunstâncias materiais, presidindo a realização de todo ato de comunicação e que, particularmente, para a comunicação mediática, este quadro se compõe de um tipo de material, de um tipo de suporte e de um tipo de tecnologia que agem como marcas” (CHARAUDEAU, 1997, p. 199). Segundo este autor, o dispositivo atua como um elemento capaz de despertar o interesse, motivar o processo comunicacional e, em especial, a situação de troca, tendo por referência o estabelecimento de lugares. Aqui não se misturam as situações e estratégias porque “toda situação de comunicação está estruturada segundo um dispositivo que assegura um lugar determinado aos parceiros de troca” (CHARAUDEAU, 2006, p. 52). Para o autor, o dispositivo é de ordem conceitual e para tanto, apresenta uma estrutura que compreende quatro características que lhe são peculiares: 1 - A situação na qual se desenvolvem as trocas linguísticas; 2 - Os lugares ocupados pelos parceiros da troca; 3 - A natureza de sua identidade; 4 - As relações que se instauram entre eles em função de certa finalidade. E para o entendimento quanto à organização e o posicionamento discursivo propõem quatro categorias de análise: 1- como decorrentes de uma situação de fala; 2 - que atuam motivando a ocupação de lugares pelos parceiros da troca; 3 - o que define a natureza das identidades; 4 - a finalidade como motivadora das relações entre as partes enunciativa e destinatária (CHARAUDEAU, 2006, p. 53-54). Portanto, o dispositivo passa a fazer parte do processo comunicacional a partir do momento em que o destinatário, antes de interagir com o conteúdo, estabelece um contato ‘idealizado’ com o meio, tomando por referência as possibilidades de ordem técnica. Do foco em relação ao objeto, é possível chegar à enunciação (DELEUZE, 1990).

Entendemos que nos processos midiáticos os dispositivos não são apenas uma estrutura enunciativa e nem o enunciado em si. Eles são “a própria explicitação da notícia e de seus entornos, o que compreende os lugares de fala priorizados pela instância de produção” (BAKHTIN, 1981, p.18) por meio dos processos sociais. É por



este motivo que talvez Braga (1994), na tentativa de levantar indícios que fazem perceber como se organizam os processos enunciativos implicados na necessidade que os indivíduos têm de se comunicar, constrói o seu pensamento sobre o dispositivo que entendido como sendo conversacionais ou interagentes, ultrapassa uma referência exclusiva aos meios e permite avançar no estudo dos processos (BRAGA, 2006) no âmbito da sociedade em midiaticização. Segundo ele, os dispositivos uma vez reconhecido por todos os participantes mesmo sem uma percepção analítica das partes componentes, das regras formais, de uma lógica explicitada, de distinções entre essenciais e acidentais, sem uma clareza total entre os movimentos “permitidos” e “vedados”. Assim, tratar de dispositivos permite.

A inclusão das mediações que o usuário traz para a interação; das experiências sobre o usuário, no momento da criação dos produtos – levando à “construção do leitor”, aos modos de endereçamento, às promessas e contratos; permite a inclusão dos processos em geral que cercam a circulação mediática; e mesmo dos contextos significativos de produção, de apropriação, da resposta social.

Para o autor existem vários modelos e práticas que os indivíduos usam na interação social. Eles uma vez incorporados na sociedade acabam por modelar os processos comunicacionais. E ao buscar essa especificidade do processo comunicacional os indivíduos acionam esses modelos e práticas dando-lhes “forma, sentido, substância e direcionamento. A essas matrizes disponíveis na sociedade, denominámos ‘dispositivos interacionais’” (BRAGA, 2011, p. 2). Trata-se aqui “então de perceber ocorrências e “lógicas” das interações, na prática social, como o lugar de realização do comunicacional” (Idem, 2011, p. 4).

No campo midiático Ferreira (2006) inclui no conceito de dispositivo as condições sociais da sua produção e recepção dos conteúdos. Ele instaura um processo tensional que desencadeia um rompimento entre o campo comunicacional que privilegia o aspecto interacional e o das mídias que valoriza a mediação “pelas tecnologias de informação e comunicação, ou como conversação acoplada e deslizante relativamente aos processos de informação”. Seja como for, para o autor, comunicação é conversacional e implica uma rede de relações não objetivas, mas que coloca em jogo a inserção de indivíduos e instituições no espaço social simbólico constituído como alteridade, em permanente construção através das trocas incessantes de materiais significantes. Tencionando Braga (2011b) que define o dispositivo como interacional, Ferreira (2006) aponta a dimensão conversacional como o dispositivo de construção



social de sentido. Por este viés, o conceito de dispositivo conversacional é construído na oposição entre linguagem, interações e contexto. Na conversa com Rodrigues (2001), o dispositivo adota a categoria enunciativa enquanto construído na relação entre regras formais da linguagem, interações e contexto. Convocando Maingueneau (2005) em um esforço integrativo da enunciação observamos duas unidades na análise do discurso. Neste caso todos os tipos de discursos passam a estar ancorados em campos sociais específicos, que produzem seus tipos e gêneros, como observa Rodrigues (1996), ao articular uma teoria social dos campos com a linguagem.

Ferreira (2006) observa que a construção social do acontecimento em dispositivos midiáticos é orquestra e sobre a padronização do mercado linguístico discursivo e ao mesmo tempo responde, “à diferenciação entre produtores (especialistas) e consumidores, que disputam lugares na hierarquia do dizer e do escutar”. Assim, quanto mais unificado o mercado discursivo, e maior o acoplamento e deslizamentos entre tecnologias, linguagens e interações conversacionais, maior o processo de midiatização. Por essa razão para Ferreira (2006) o conceito de dispositivo passa a ser produzido através de um deslocamento de perspectiva que:

Identifica os acoplamentos e deslizamentos em processo no encontro dessas dimensões reconhecidas nos estudos de comunicação, em que uma deixa de ser vista somada a outra, mas sim que uma desloca a outra, em múltiplas recorrências. Esses deslocamentos operam sobre diversas interfaces: a) a de uma abordagem restrita às relações entre linguagem e sociedade; b) a de uma abordagem localizada nas relações entre sociedade e tecnologias de comunicação e informação; c) e, finalmente, entre tecnologia, técnica e linguagem.

A partir da postura deste autor o conceito de dispositivos midiáticos passa a abarcar três dimensões: sócioantropológica, semio-linguística, tecno-tecnológica. A dimensão socioantropológica do dispositivo midiático significa estar atento a tudo que é humano e social na comunicação midiática e que participa do processo produtivo. Por um lado, estão os sujeitos que são midiatizados, sua cultura, sua vida, suas ações e suas instituições..., mas por outro, estão os agentes midiáticos, sua formação, sua cultura e as instituições midiáticas envolvidas. Na dimensão semio-linguística do dispositivo, é destaque, as operações de linguagem que participam da midiatização, as quais oferecem múltiplas possibilidades de articulação ou desarticulação, bem como regras que criam significados por meio da utilização de códigos e símbolos que são organizados a partir dos enunciadores.

O dispositivo enquanto detentor da uma dimensão técnico-tecnológica é o mais destacado nos estudos comunicacionais, especialmente quando se refere à produção e circulação de imagens. Ademais, o dispositivo enquanto técnica, diz respeito às operações realizadas, e enquanto tecnologia, aos suportes tecnológicos, ou seja, as máquinas, os equipamentos e instrumentos utilizados nos processos de comunicação.

Portanto, no contexto dos dispositivos midiáticos e dos processos sociais, o artigo pretende, por meio da observação e descrição das marcas dos indícios fazer inferências indutivas existenciais, criativas e espontâneas a cerca do como e quais processos constitutivos da construção de identidade e de subjetividades nas sociedades em midiatização. O nosso entendimento inicial é de que no contexto da Midiatização e considerando os seus desdobramentos nos processos sociais, as mídias podem atuar como disparadores processuais enquanto aparato sócio técnico tecnológico sim. Mas, não se limitam e se explicam apenas através do seu aspecto tecnológico, nem em função das ações dos sujeitos envolvidos e nem tão somente pelas linguagens específicas em cada um dos meios de comunicação. No caso da sociedade angolana, o vídeo institucional do “Laranjinha”, deve ser pensado enquanto processo que estabelece zonas de contato (Fausto Neto, 2008) que possibilita e implica na instauração de outros circuitos em mútuas e contínuas afetações que acabam produzindo tensões conflitivas cujos desdobramentos sociais são desconhecidas e canhestramente construídas (Braga, 2011) em nossos dias.

3. Para além do Dispositivo Midiático: O “Laranjinha” e a construção da identidade do angolano.

3.1 – Identidade: um conceito em tensão na sociedade em midiatização:

Relendo autores como Braga (2012), Gomes (2003), Giddens (2002), Kellner (2001) e Sodré (2002), mais do que numa julgamos ser repensar o conceito da identidade do povo angolano agora mergulhado na ambiência da Midiatização e dos processos sociais. Terminada a guerra civil, a sociedade angolana se abre ao mercado do consumo dos produtos da indústria cultural por meio da internet, dos usos Dispositivos Midiáticos. Para o efeito, as instituições públicas e privadas compostas por atores sociais, promovem políticas integrativas e de apropriação das lógicas discursivas da cultura sócio técnicas tecnológicas objetivando a integração social. O consumo desta nova cultura e a apropriação de suas lógicas podem ofertar possibilidades de estudo da forma



como a população angolana percebe, recepciona e, sobretudo, configura a sua identidade na ambiência da midiatização. Parafraseando estes autores as instâncias midiáticas, passaram a servir de orientadora das condutas do homem contemporâneo, prescrevendo modos de ser e de agir corretos. Muitas vezes as realidades construídas pela mídia parecem ter existência mais concreta do que o objeto real, pois a mídia tem esse poder de inversão. Assim, nossa inferência ensaística é de que talvez a midiatização permita os indivíduos experimentarem novos tipos de relacionamentos com as realidades sociais e uma forma outra de estar e ser na esfera global.

Para Hall (2005) o contexto pós-moderno modifica a identidade fixa e única da modernidade, fazendo com que surjam identidades múltiplas e fragmentadas. O conceito de identidade se transforma numa celebração múltipla, móvel e fragmentada de mercado em constante transformação. De acordo com Kellner (2001), a própria segmentação de mercado proporcionou a intensificação da construção e fragmentação de identidades. Por meio da comercialização de diversos produtos culturais, a mídia passou a oferecer uma enorme quantidade de posições de sujeitos para seus consumidores, os quais foram estruturando suas identidades individuais conforme as imagens produzidas pelos produtos.

Em uma visão interatividade, com Martín-Barbero (2006, p. 54) acreditamos na possibilitada de que a internet reconfigura o real, principalmente pelo fato de alterar o simbólico. Este processo contribui fortemente para que vivamos não apenas em uma época de grandes mudanças, mas sim em uma grande mudança de época. Ou seja, a revolução tecnológica introduz em nossas sociedades não tanto uma quantidade inusitada de novas máquinas, mas sim um novo modo de relação entre os processos simbólicos que constituem o cultural e as formas de produção e distribuição dos bens e serviços: um novo modo de produzir, confusamente associado a um novo modo de comunicar, transforma o conhecimento em força produtiva direta.

Até bem pouco tempo falar de identidade era falar de raízes, costumes, tempo longo e memória simbólica e tradicionalmente densa. Mas hoje com a Midiatização e os Processos sociais falar de identidade implica também falar em migrações e mobilidades, redes, fluidez, fluxos, interpenetrações, novas gramáticas sócio técnica e discursivas, trocas simbólicas (FERREIRA, 2006; FAUSTO NETO, 2008; ROSA, 2012; BRAGA, 2012;; GOMES, 2006;) de modo instantaneamente. Neste sentido, a identidade encontra na mídia o seu agente constitutivo discursivo e ideológico (ORLANDI, 1998, pp. 204-206) e passa a ser construída na interação entre os sujeitos e relação com a



realidade, por meio de processos da percepção e recepção sócio técnico, linguísticos e discursivos. Portanto, o sentido converte-se em um ser “histórico e o sujeito se faz e se significa na historicidade em uqe está inserido” (ORLANDI, 2001). Desta feita, o sujeito pela interpelação de sua ideologia-histórica já formada, identifica a sentidos, que sempre podem ser outros. Ademais, segundo Pêcheux (1997) toda linguagem é formada pelo interdiscurso (memória, o já-dito) que resulta no intradiscurso (o já escrito). Portanto, a relação entre o sujeito e a linguagem ganha corpo existencial na e pela formação social. Ela é constituída de ilusão do sujeito de ser a fonte do que diz, quando, na verdade, ele retoma sentidos pré-existentes por meio das interações na ambiência midiática e das apropriações das lógicas sócio-técnico-tecnológicas e semio-linguístico-discursivas. Segundo Orlandi (2002), para que uma palavra tenha sentido é preciso que ela tenha sentido anterior, pois é o sujeito que “entra” no sentido e não o sentido que “entra” nele. Em resumo, os sujeitos inscrevem-se em formações discursivas existentes. Nessa mesma direção, Pêcheux (1997, p. 214) diz: Os indivíduos são ‘interpelados’ em sujeitos falantes por formações discursivas que representam na linguagem as formações ideológicas que lhes são correspondentes. Essa interpelação supõe um desdobramento, que constitui o sujeito do discurso, de forma que um é o locutor, ou aquele a que se habituou chamar o “sujeito de enunciação”, na medida em que lhe é “atribuído o encargo pelos conteúdos colocados” – portanto, o sujeito que toma posição, com total conhecimento de causa, total responsabilidade, etc.- e o outro termo representa “o chamado sujeito universal, sujeito da ciência ou do que se pretende como tal”. Este sujeito da ciência numa circulação dos bens da indústria cultural pode configurar-se em produto de consumo. Importa-nos observar que, sob angulações da circulação midiática ocorre um processo de desdobramento que segundo Pêcheux (1997) e Fausto Neto (2008), corresponde, efetivamente, à relação, entre o discurso ‘pré-construído’ (interpelação ideológica) e articulação ou ‘efeito-transverso’ (interdiscurso que determina a dominação da forma-sujeito). Além do mais os sujeitos ao pronunciar um enunciado e ao coloca-lo no fluxo adiante (BRAGA, 2012) precisam tomar consciência de sua incontornabilidade. Pois, conforme Cazarin (1997), “um mesmo enunciado pode produzir efeitos de sentido diversos conforme as condições histórico-sociais de sua enunciação”.

Se parafraseando Pêcheux (2003), os nossos discursos estão sujeitos a equívoco interpretativos necessários para constituição da língua. Eles se tornam capaz de deslocamento, deslizes dizendo que todo o enunciado seja intrinsecamente suscetível de



tornar-se outro diferente de si mesmo, de se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar um outro, oferecendo cedendo lugar à várias interpretações, na ambiência da midiatização todo o enunciado se torna polissêmico e de múltiplas vozes (GOMES, 2016; FAUSTO NETO, 2011). Portanto insurge-se aqui uma acadeia pertinente e observacional de ‘efeitos paradoxais’ induzidos por essas práticas na forma-sujeito, enquanto relação de desdobramento entre ‘sujeito da enunciação’ e ‘sujeito-universal’ na ambiência da midiatização. Esse desdobramento pode assumir diferentes modalidades de alcances canhestras (BRAGA, 2012), duas das quais são evidentes: a primeira diz respeito à superposição entre ‘sujeito da enunciação’ (enunciar/produzidor) e o ‘sujeito universal’ (receptor/objeto = consumidor/produto); ou seja, de forma consentida e livre o sujeito toma posição e em seu discurso se identifica com o produto e se molda em função do produto, criando, aceitando e ou reconfigurando uma nova identidade.

3.2. Construção de inferências indutivas, construtivas, livres: estratégias de análises do institucional: Numa perspectiva triádica de Peirce, destacamos, neste tópico em primeiro lugar a qualidade do institucional em si: de per si, institucional, de cunho comercial, parece estar bem produzido e atingir a finalidade pela qual foi projetado. Em segundo lugar fazemos menção à realidade existente: convide ao mercado do consumo do aparelho de celular simples de marca ‘o laranjinha; em terceiro lugar daremos ênfase a mediação, generalidade, representação e interpretação.

Na perspectiva da Midiatização e dos Processos Sociais, objetivamos perseguir um fio lógico que nos permita compreender a multidimensionalidade do comercial “O laranjinha” em vista a elaboração de inferência sobre um nós “identitário” da sociedade angolana. O nosso objeto de observação é o vídeo institucional e comercial do celular, o “Laranjinha”, cujo lema é a “Unitel para todos”. O institucional foi produzido e primeiramente posto em circulação pela Unitel² em 2012. Porém, embora não seja este o objetivo da pesquisa, o institucional está fora do canal desta instituição. O que interessa para nós é que foi capturado e posto em circulação por Inácio KJ no seu canal³ desde jul de 2014, continua no fluxo adiante Braga (2011). Até Abril de 2018 o institucional contava com 115 visualizações e 3 comentários apenas. Inserido na

². A Unitel é uma empresa angolana, prestadora de serviços de telefonia e Internet móveis.

³ <https://www.youtube.com/watch?v=UTHG2nPIF34>

categoria de pessoas e blogs o institucional possui a licença padrão do Youtube, tendo como legenda: “há uma coisa que...”

Numa visão inferencial livre e criativa o institucional parece apresentar marcas de um dispositivo sócio técnico interacional (Braga, 2012) de dimensão sentimentalista, nacionalista e popular. Esta nossa postura está amparada tanto pela imagem do popular e romântico cantor angolano Matias Damásio⁴ quando pela letra da sua música.



Quanto mais próximo, bem distante é a saudade. Quanto mais próximo, mais perto da verdade. E a verdade abraçará o longe. Estar presente mesmo distante. A verdade é que há uma força que nos une. Que nos leva a comunicar com o mundo, partilhar ideias, matar saudades, estar próximo de tudo o que amamos. A nossa bandeira, a nossa gente, a nossa terra. O próximo mais próximo.

Terminada a música entra em off uma voz feminina que define o “Laranjinha” como a força motora que sustenta o dinamismo populacional e que une a todos: “Há uma força que passa por todos nós. Feliz 2012”. E em seguida parece a logo da Unitel para encerrar o Institucional.



Por ter sido produzido e postado por uma instituição Unitel, uma distribuidora e prestadora de serviços de telefonia e Internet móveis, originalmente o institucional configura-se como uma peça publicitária de inclusão digital e ou integração à **sociedade de consumo** de produtos das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Porém, atendo-nos ao conteúdo do vídeo, pensamos que talvez a contratação do músico popular angolano pela instituição Unitel para a produção e a composição do cenário da peça publicitária chegamos à conclusão de que não se trata apenas de consumir ou comprar um produto de marca “Laranjinha”, um aparelho de per si básico da Unitel sem altas complexidades. Mas sim, de um consumo de um produto, cuja especificidade e alcance seriam de âmbito nacional. Parece-nos tratar do consumo de um produto que

⁴ Matias Damásio (Benguela, 9 de maio de 1982) é um músico angolano que compõe e executa música popular e romântica. Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Matias_Damásio

seja responsável, agregador de menor custo, mas de benefício maior e que alcance a todos os cidadãos angolanos. Que todos os angolanos usando “o” celular novo de marca popular: “**Laranjinha**” tenham um “Feliz 2012”. Portanto, o celular funciona como metáfora da felicidade para o novo ano e configura-se como um convite à **integração na sociedade de consumo** em massa para que todas as pessoas: crianças, adolescentes, jovens e adultos.



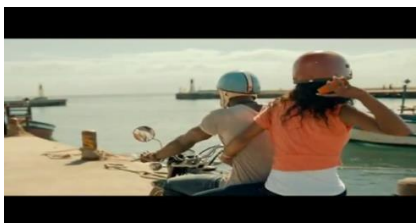
Numa perspectiva sócio histórica e política, com o fim da guerra civil, a chegada da democracia e a abertura do País às novas TIC's o institucional inferimos que o “**Laranjinha**” representa uma “pulsão” que, unindo todos os cidadãos injeta um dinamismo que perpassando por todos os campos práticas sociais: Há uma força que passa por todos nós”.



O “**Laranjinha**”, ao passar de mão a mão numa faixa de rodagem sem idade e fronteiras, configura-se como força de superação que perpassa não só pelos indivíduos mas atravessa todos os campos e tecidos sociais cujos desdobramentos vão desde o núcleo familiar e escolar, das conversas no bar dá rua, da academia à caminhada na praia, das empresas de construção civil às indústria, do campo à cidade, do estúdio de rádio ao de TV, da coordenação à produção, do processo de coleta ao laboratório técnico de análise de dados, do processamento à comercialização, das pessoas em passeio àquelas em trabalho no campo, na indústria e na pesca quer de baixo, médio quer grande porte.



Desta forma, o vídeo permite-nos fazer uma leitura ressignificativa do “**Laranjinha**”. E nos provoca a articular um discurso que indutivamente enquadre o simples e popular celular entre os aparatos sócio técnico de alta complexidade defendidos e denominados pelos autores da linha 4 da Unisinos, que se debruçam sobre a Midiatização e Processos Sociais como **dispositivo** sócioantropológica, semio-linguística, tecno-tecnológica e **interacional** (FERREIRA, 2006; BRAGA, 2011).



O “**Laranjinha**” ao ser arremessado independentemente das condições físicas, psicológicas e econômicas seu usuário, seus objetivos e ideologias políticas vem se constituindo num aparato poderosíssimo que supera e neutraliza os seus efeitos dos bombardeios dos aviões, dos dispositivos bélicos lançados pelos soldados dos exércitos beligerantes tanto entre si quanto para a população e infraestruturas a quando do conflito armado em Angola. Portanto, propõe-se como instrumento unificação e de abertura comunicação. Aparato que elimine o isolamento entre as pessoas, promova o reencontro das famílias separadas durante a guerra e encurte as distâncias. Apresenta-se como pontífice e articulador no preenchimento das lagunas deixadas pelos fragmentos e resquícios do conflito armado civil. Para tanto, podemos ideologicamente falando dizer que o “**Laranjinha**” pode ser uma metáfora para a supressão das diversas línguas, da eliminação dos complexos de superioridades e de inferioridades entre os angolanos. Configurado em dispositivo interacional, ele poder assumir-se como a arma de combate contra as desigualdades sociais, o racismo, o regionalismo. O dispositivo derruba as barreiras entre ricos e pobres, entre negros e brancos, entre naturais e estrangeiros, entre as tribos do sul e do norte, do leste e do oeste de Angola. Inferimos ainda que talvez o “**Laranjinha**” chame para si o protagonismo apologético da reconstrução das infraestruturas destruídas pela guerra civil.



Esta reconstrução nacional passa por uma política que aposte nas campanhas de políticas educacionais conscientizadoras das crianças, adolescentes e jovens e da sociedade em geral sobre a cidadania. A escola, os alunos e a bandeira hasteada associada ao discurso latente na letra da trilha sonora: “A nossa bandeira, a nossa gente a nossa terra” são marcas, à nosso ver, dos processos de ordenamento e unificação da identidade do povo e o amor à pátria angolana.



Para além de apelar pela reconstrução infra-estrutura no âmbito nacional, o “Laranjinha” parece estar prenhe de, ideologias, políticas, e de significados que suscitam várias outras leituras e abrem espaços para as disputas de poderes de e **lutas de reconhecimento** objetiva e subjetivamente.

A expressão “lutas por reconhecimento” remete-nos à autores como por exemplo Young, 1990; Taylor, 2000; Fraser, 2001; Habermas, 2002; Benhabib, 2002; Honneth, 2003;. Sobretudo numa leitura de conjunto de Honneth (2013^a); e Honneth e Stahl, (2013), em relação à atualidade e transformações, podemos compreender o conceito de reconhecimento segundo duas razões principais: uma de ordem “negativa” que remeteria ao enfraquecimento das grandes narrativas - teoria da luta de classes, contradição entre capital e trabalho, relação entre base econômica material e superestrutura política, utopia da sociedade do trabalho - para produzir um diagnóstico adequado sobre a dinâmica dos conflitos sociais em condições de capitalismo tardio - com intervenção do Estado, democracia de massas e bem-estar social. A segunda, de ordem mais propositiva, que consistiria no engajamento da sociedade civil e à ampliação da agenda política que acompanhou as reivindicações plurais dos novos movimentos sociais. Portanto, sob angulações deste conceito, o dispositivo pode quebrar os estereótipos e possibilitaria o acesso aos circuitos que se entrecruzam, chocam se conflitam em busca de uma ambiência única, unificadora e harmoniosa. Assim, nesta peça publicitária podemos vislumbrar uma metáfora do papel que atribuída ao “Laranjinha” que pensamos ser o da orquestração desta luta pelo reconhecimento. Ou seja, se antes as forças se mediam pelas potências dos aparatos bélicos entre os exércitos inimigos, na sociedade pós-guerra e agora emersa na ambiência midiática os

sujeitos são interpelado e conclamados pelo uso do “**Laranjinha**” tornam-se solidárias, unidas e próximas umas das outras, encurta as distâncias e elimina saudades: “Quanto mais próximo, bem distante é a saudade. Quanto mais próximo, mais perto da verdade. E a verdade abraçará o longe.



É inegável que dentro dos processos midiáticos o “**Laranjinha**” aparato que exerce um certo forçamento nos usos e apropriações das tecnologias da Informação e Comunicação, na luta pelo reconhecimento, pela reconstrução das infraestruturas. Numa inferência indutiva sobre os indícios tanto os vários cenários quanto das pessoas em interação sem referenciar o próprio “**Laranjinha**” em si que ao longo do vídeo, o institucional, vai se confirmando como verdadeira arena de poder e força na reconstrução das subjetividades, da cidadania, na configuração da identidade do angolano. Assim, o “**Laranjinha**” pode ser uma tentativa da empresa, do institucional acabar com as fissuras, de tentar colocar cimento às diferenças ideológicas e políticas e partidárias. Porém, o institucional uma vez posto em circulação na rede, desafia-nos uma vez que se torna difícil controlar os impactos e as consequências devido as imprevisibilidades dos fluxos e circuitos.

À guisa de concluirmos em nosso artigo concordando com as reflexões de Ferreira (2006) e Braga (2006) e então afirmamos que somente uma reflexão teórica e epistemológica sobre a técnica e a tecnologia em inter-relação com a sociedade e a linguagem quer verbal quer icônica, pode dar conta do lugar de fala, para além do descritivo, ou de uma sutil apropriação, pelas ciências da linguagem, de uma descrição empírica como institucional “Unitel para todos”. Trata-se, a nosso ver de fluxo adiante (BRAGA 2011) que por sua vez, via contratual ofertado pelas afetações mútuas (FAUSTO NETO, 2008) na ambiência midiática, pode propiciar constituição quer objetiva quer subjetivamente a identificação de movimentos dialéticos em que um pólo sucede o outro na dominância, produzindo sentidos e significados específicos do acoplamento, inexistente nas operações de cada pólo isoladamente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



- BAKHTIN, Mikhail. Problemas da poética de Dostoiévski. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1981.
- BARBERO, J. M. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Denis de (org). A sociedade midiaticizada. Rio de Janeiro, Mauad, 2006
- BENHABIB, Seyla. The claims of culture. New Jersey: Princeton. University Press, 2002.
- BRAGA, José Luiz. “Sobre a conversação”. In: Brasil: comunicação, cultura & política. Rio de Janeiro: Diadorim, 1994, pp. 289-308.
- _____. “Sobre ‘mediatização’ como processo interacional de referência”. GT Comunicação e Sociabilidade, XV Encontro Anual da Compós, Bauru: junho de 2006, cd-rom. Recuperado em 14 de Abril de 2018 de <http://books.scielo.org/id/k64dr/pdf/mattos-9788523212056-03.pdf>.
- _____. Roda Viva – uma encenação da esfera pública. In Comunicação Audiovisual – Gêneros e Formatos. DUARTE, Elizabeth; CASTRO, Maria Lília de (orgs.) Porto Alegre: Sulinas, 2007b, p. 97-116.
- _____. Dispositivos Interacionais. XX Encontro Nacional da Compós. Apresentado no GT de Epistemologia da Comunicação, XX Encontro Nacional da Compós, Porto Alegre, 2011a. Recuperado em 28 de Fevereiro de 2018 de www.compos.org.br > biblioteca. Disponível em: <http://www.compos.org.br/>.
- CANCLINI, Néstor García. Consumidores e cidadãos. 4a ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.
- CAZARIN, Ercília Ana. Heterogeneidade Discursiva: relações e efeitos de sentido instaurados pela inserção do discurso-outro no discurso político de L. I. Lula da Silva. Dissertação de Mestrado, UFRGS, 1997.
- CHARAUDEAU, Patrick. Le discours d’information médiatique – La construction du miroir social. Paris: Nathan – Institut National de l’audiovisuel. 1997.
- DELEUZE, Gilles. Foucault. Lisboa: Veja. 1987.
- _____. ¿Que és un dispositivo? In: Michel Foucault, filósofo. Barcelona: Gedisa, 1990, pp. 155-161. Recuperado em 21 de outubro de 2016 de <http://www.unb.br/fe/tef/filoesco/foucault/art14.html>.
- FAUSTO NETO. Fausto Neto, A. Fragmentos de uma «analítica» da mediatização. Revista Matrizes, (2), 2008, pp. 89-105 Recuperado de <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38194/40938>
- _____. Epistemologia do zigue-zague. In: Ferreira, J., Freitas, L. A. S., & Pimenta, F. J. P. (Org). Estudos de comunicação: transversalidades epistemológicas. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2010.
- FERREIRA, Jairo. Uma abordagem triádica dos dispositivos midiáticos, 2006.
- FRASER, Nancy (2001). “Da redistribuição ao reconhecimento? Dilemas da justiça na era pós-socialista”, em SOUZA, Jessé (org.) Democracia hoje: novos desafios para a teoria democrática contemporânea. Brasília: Editora UnB, 2001.
- FISCHER, R.M.B. (2001). Televisão & Educação – fruir e pensar a TV. Belo Horizonte: Autêntica editora.
- FOUCAULT, Michel. A ordem do discurso. Lisboa: Relógio d’Água Editores. 1997.
- GIDDENS, A. Modernidade e identidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- GOMES, I.M. Mídia impressa e construção da identidade de ciência. In: SILVEIRA, A.C.M. (org). Divulgação científica e TICs. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2003.
- GOMES, Pedro Gilberto. A Filosofia e a ética da comunicação na mediatização da sociedade. São Leopoldo: Unisinos, 2006.



- HABERMAS, Jürgen. “A luta por reconhecimento no Estado democrático de direito”, em A inclusão do outro. São Paulo: Loyola, 2002.
- GOMES, I.M. Mídia impressa e construção da identidade de ciência. In: SILVEIRA, A.C.M. (org). Divulgação científica e TICs. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2003.
- HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- HONNETH, Axel. Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais. São Paulo, 2003, p.34.
- HONNETH, Axel & STAHL, Titus. “Wandel der Anerkennung: Überlegungen aus gerechtigkeitstheoretischer Perspektive”, em HONNETH, Axel; LINDEMANN, Ophelia & VOSWINKELN, Stephan (Hg.). Strukturwandel der Anerkennung. Paradoxien sozialer Integration in der Gegenwart. Frankfurt am Main: Campus, 2013.
- KELLNER, D. A cultura da mídia. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- TAYLOR, Charles. “A política do reconhecimento”, em Argumentos filosóficos. São Paulo: Loyola, 2000.
- KJ, Inácio. Unitel para todos. Angola, 2014. Recuperado em 20 de Abril de 2018 de <https://www.youtube.com/watch?v=UTHG2nPJF34>.
- MANGUINEAU, Dominique. L’analyse du discours et ses frontières. In: Marges linguistiques. Número 9, mai. France, Saint-Chamas: MLMS Éditeur, 2005.
- ORLANDI, Eni. Discurso e Texto: formação e circulação do sentido. Campinas, SP: Pontes, 2001.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. A leitura e os leitores. Campinas, SP: Pontes, 1998.
- ORLANDI, Eni. Análise de Discurso: princípios e procedimentos. 4ª. Ed. Campinas: Pontes, 2002.
- PÊCHEUX, Michel. Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução Eni P. Orlandi [et.al.] – Campinas, SP: editora da UNICAMP, 1997.
- _____. O discurso: estrutura ou acontecimento. 3. ed. Trad. Eni P. Orlandi. Campinas, SP: Pontes, 2002.
- PEIRCE, Charles S. Semiótica. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. “O dispositivo da enunciação”. In: Comunicação e Cultura – A experiência cultural na era da informação. Lisboa, Presença, 1996, pp. 141-156.
- _____. A partitura invisível: para uma abordagem interactiva da linguagem. Lisboa: Colibri, 2001.
- ROSA, Ana Paula da. Imagens-totens: a fixação de símbolos nos processos de mediatização. UNISINOS, 2012. (Tese).
- SODRÉ, Moniz. Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, Vozes, 2002.
- YOUNG, Iris. Justice and the politics of difference. Princeton: Princeton University Press, 1990.