

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

ORLANDO GARCIA PORTELA JUNIOR

**IDEOLOGIA E ESTRUTURAS NARRATIVAS EM
MERCHANDISINGS: LITERATURA A SERVIÇO DO PODER.**

São Borja
2010

ORLANDO GARCIA PORTELA JUNIOR

**IDEOLOGIA E ESTRUTURAS NARRATIVAS EM
MERCHANDISINGS: LITERATURA A SERVIÇO DO PODER.**

Monografia de Conclusão de Curso, apresentada ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Rocha

São Borja
2010

ORLANDO GARCIA PORTELA JUNIOR

**IDEOLOGIA E ESTRUTURAS NARRATIVAS EM
MERCHANDISINGS: LITERATURA A SERVIÇO DO PODER.**

Monografia de Conclusão de Curso, apresentada ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.

Monografia defendida e aprovada em: 26 de julho de 2010

Banca examinadora

Prof. Dr. Marcelo Rocha (Orientador/Unipampa)

Prof. Dr. Flavi Lisboa (Unipampa)

Prof.^a Dr.^a Adriana Ruschel Duval (Unipampa)

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeira instância, a minha família, fortalecedora de todos os meus sonhos e desejos. Concederam um apoio infinito em tudo que almejei inclusive em mais este passo que dou neste estudo. À minha mãe, Judith, meu pai Orlando e meu irmão Cristiano, são meus pilares e meus maiores exemplos e heróis. E também aos meus avôs, tios e tias, que estavam presentes quando mais precisei.

Em segundo, agradeço à meus amigos, que simplesmente pelo fato de fazerem parte da alegria do meu viver, ajudaram a construir minhas mais diversas aspirações. Seria extenso citar todos os nomes aqui, mas aqueles que me consideram da mesma forma que se sintam homenageados. Vocês também são meus irmãos.

Da mesma forma, agradeço aos amigos que encontrei nos quatro anos de graduação e que muitos me ensinaram um valor intenso da palavra companheirismo. À minhas colegas de criação e criatividade, Darciele, Janiélli, Luara, Tauana e Quelen, que em conjunto descobri muito do meu potencial, meu sincero obrigado. A grandes caras que conheci em minha turma como Filipe, Luiz, Cristiano, Ronaldo, Nazi e Koruja, lhes agradeço. Bom, uma turma de várias formas se torna uma família, então não me senti sozinho nas dificuldades e nas conquistas.

Por fim, agradeço a todos os professores que passaram por nossas salas e nos deram muito mais do que conhecimento. Estes nos deram exemplos de caráter, profissionalismo, e acima de tudo, um exemplo de vida. Meus sinceros agradecimentos especiais à Juliana Peterman, Flavi Lisboa, Marcelo Rocha, meu grande orientador, que possuí um mérito em boa parte desse estudo e à Roberta Roos. Ambos são mestres na arte de ensino e na arte de produzir conhecimento.

RESUMO

Este estudo traz, consigo, uma análise sobre o texto do romance *Crepúsculo* da escritora Stephenie Meye e seus *Merchandisings* Literários. O trabalho contempla uma busca por teóricos de campos distintos, de forma a entender que efeitos de sentido são encontrados numa análise que passa pelo campo da Ideologia, de Thompson e Marcelo Rocha, como também nas perspectivas semânticas de José Fiorin para, dessa forma, compreender as marcas publicitárias encontradas nas páginas do livro, percebendo como isso interfere no significado final da leitura da obra e o como o discurso de *Crepúsculo* apresenta e representa a sociedade.

Palavras-chave: Publicidade, *Merchandisings*, Ideologia, Discurso.

ABSTRACT

This study brings, on your text, an analysis about the romance *Twilight* from Stephenie Meyer and yours *Merchandisings* Literary. The work describes a search for different fields of theoretical, to understand that effects of meaning are found in an analysis which passes through the field of ideology, from Thompson and Marcelo Rocha, and the prospects for semantic from Jose Fiorin for, on this way, understand the brands advertising found in the pages of the book, noting how this affects the meaning of the final reading of the work and how the discourse of *Twilight* presents and represents the society.

Key Words: Advertising, *Merchandising*, Ideology, Discourse.

SUMÁRIO

1. Introdução	9
2. O percurso gerativo de sentido para a análise de <i>Crepúsculo</i>	14
2.1 Real e Imaginário.....	14
2.2 Humano e Vampiro.....	15
2.3 Fraqueza e Força.....	16
2.4 Comum e Extraordinário.....	18
2.5 Classe dominada e Classe dominante.....	19
2.6 Mortal e Imortal.....	20
2.7 Nível narrativo em <i>Crepúsculo</i>	20
2.7.1 Manipulação.....	21
2.7.2 Competência.....	21
2.7.3 <i>Performance</i>	22
2.7.4 Sanção.....	22
2.7.5 Os <i>merchandisings</i> na narrativa.....	23
2.8 O nível Discursivo.....	23
3. As formas ideológicas de <i>Crepúsculo</i>	25
3.1 O Campo.....	25
3.2 A Ideologia em <i>Crepúsculo</i>	28
3.2.1 Legitimação.....	29
3.2.2 Dissimulação.....	31
3.2.3 Unificação.....	34
3.2.4 Um crepúsculo a serviço do poder.....	35
4. <i>Merchandisings</i> Literários	37
4.1 O embaralhamento de discursos em <i>Crepúsculo</i>	37
4.2 Literatura e Publicidade: Um mundo publicitário em <i>Crepúsculo</i>	41
4.2.1 Chevrolet.....	41
4.2.2 Mercedes, Porsche e Volvo.....	43
4.2.3 <i>Sports Illustrated</i>	44
4.2.4 <i>Thriftway</i>	45

4.2.5 O morro dos ventos uivantes.....	46
4.2.6 Volvo e Toyota Corolla.....	47
4.2.7 Volvo.....	47
4.2.8 Tylenol.....	48
5. Considerações Finais.....	50
6. Referências.....	55

1. Introdução

A intenção dos estudos sobre o livro *Crepúsculo* nasceu de uma inquietação perante as abordagens publicitárias e marcas encontradas no decorrer da leitura da obra. O que acabamos classificando como *merchandising* literário é, na realidade, uma fusão. Nesse sentido, a concepção que propomos utiliza-se da obra de arte para, dentro de uma estrutura narrativa, inserir a promoção de mercadorias para o consumo. O texto, assim, passa a ser, a um tempo, expressivo e utilitário. Nessa idéia o projeto buscou intensificar uma análise perante essas correntes dentro dos *merchandisings* e articular tais mensagens às teorias sobre o discurso e como percorrer sobre sua análise.

Através dessa perspectiva, abordada anteriormente, o nosso estudo seguiu em busca de teorias que abordem o discurso e o texto assim como sua análise, buscando os derradeiros efeitos de sentido nascentes de suas leituras. Um desses estudos é chamado de percurso gerativo de sentido de José Fiorin que é encontrado em sua obra "*Elementos de análise do discurso*". Suas abordagens seguem definições próprias derradeiras de observações em períodos buscando oposições básicas e percorrendo três níveis como fundamental, narrativo, discursivo. (FIORIN, 2006)

Sua contribuição para nosso estudo se deu por sua análise passar por níveis racionais assim como por observações estritamente abstratas, o que acaba trazendo efeitos de sentido diversos que possam nos fazer agir de forma mais reflexiva com relação às mensagens de nosso objeto de estudo.

Sendo assim, elucidaremos uma breve descrição do percurso gerativo do sentido de José Fiorin. Através da semântica "o percurso gerativo do sentido é uma sucessão de patamares, cada um dos quais susceptíveis de receber uma descrição adequada, que mostra como se produz e se interpreta o sentido". (FIORIN, 2006, p. 20)

Este percurso de análise proposto por Fiorin se desenrola em três níveis nomeados como profundo ou fundamental, narrativo e discursivo. O nível profundo ou fundamental baseia-se nas categorias semânticas, as quais se caracterizam por oposições como, por exemplo, morte e vida, noite e dia. Porém, Fiorin (2006) nos

diz que, para que sejam oposições semânticas tais termos tem de ter um traço em comum. Assim esse nível busca explicar uma significação mais abstrata da produção, do funcionamento e da interpretação do discurso. (FIORIN, 2006, p. 23-24). Quando adentramos no nível narrativo buscaremos enunciados e dividi-los-emos em quatro fases que se alinham como manipulação, competência, *performance* e sanção. Nesta fase o trabalho de análise ainda se realiza em níveis abstratos que acabam recebendo concretude no nível discursivo, que busca “variações de conteúdos narrativos invariantes”. (FIORIN, 2006, p. 41). Finalmente a análise deságua no nível da manifestação que é “a união de um plano de conteúdo com um plano de expressão quando se manifesta um conteúdo por um plano de expressão, surge um texto”. É importante salientar assim como Fiorin nos diz que um mesmo plano de conteúdo pode ser expresso por diferentes planos de expressão. Isso conclui a idéia de que nosso texto uma nova forma de expressão para um mesmo conteúdo que se define como *merchandising*. (FIORIN, 2006, p. 45).

Porém, nossa análise não se restringe a um só estudo, pois não teríamos, assim, o resultado pretendido e nem a reflexão necessária ao nosso trabalho. Demais campos de análise foram buscados com alguns autores como Marcelo Rocha e seu livro “*No reino da serpente*” e também com Maria Lillia Dias de Castro e suas reflexões em “*Em torno das mídias*”, o que num primeiro momento trouxe interpretações bastante úteis sobre os textos analisados. Mas, obviamente, nosso trabalho não se fecha apenas aos teóricos abordados, sendo que isso não contribuiria para nossa intenção de análise. Então, no desenvolvimento do estudo, foi contínua a busca por novas teorias de análise do discurso e também estudos sobre o texto, num âmbito formalista, e a literatura moderna.

Nossa busca percorreu, igualmente, o universo da comunicação e mais precisamente da comunicação publicitária. Ela transfigura-se numa definição ainda abstrata de *merchandising*, por ser uma ferramenta e forma de mensagem ainda muito nova no sistema comunicacional e na vida da propaganda. Segundo Pinho “o *merchandising* é uma atividade multifacetada que vem despontando como solução estratégica para inúmeros problemas sugeridos no mix de marketing”. (2001, pag. 69). Podemos ver, assim, que o *merchandising* é um dado de vários lados, sendo usado no ponto de vendas, como função de negócios, ou dentro de um produto

televisivo como uma novela. Neste estudo veremos mais uma faceta do famoso e casual *merchandising*, estudaremos sua face dentro do romance de Stephenie Meyer, *Crepúsculo*.

Dentro de uma visão da *American Marketing Association* o *merchandising* é uma “operação de planejamento necessária para se introduzir no mercado o produto certo, no lugar certo, no tempo certo, em quantidades certas e a preço certo”. (AMA *apud* PINHO 2001, pag. 71) Diferentemente do *merchandising* televisivo, que tem como principal função, segundo Pinho, “difundir o uso do produto, fortalecendo sua imagem e explorando o testemunhal para beneficiar-se da associação do ator e apresentador com o produto ou serviço.” (COSTA *apud* PINHO, 2001, pag. 80).

Portanto, nossa busca vai por outro viés, bem mais imaginativo que as estratégias abordadas anteriormente, visto que o romance na literatura trabalha específica e unicamente com a imaginação do leitor, fazendo com a técnica do “*merchan*” seja extremamente subjetiva e lide diretamente com a visão única de cada pessoa. Isso acaba tornando esse estudo, no mínimo, inquietante.

Sendo assim, convém expor nessa síntese os objetivos de nosso trabalho em cima de nosso objeto de estudo. Primeiramente, foi conveniente uma busca pela narrativa e pelas marcas dos referentes *merchandisings* dentro da obra de Stephenie Meyer criando uma reflexão juntamente com Maria Lília de Castro e seu texto sobre o embaralhamento de discursos que aparecerá no último capítulo desse trabalho. Em segundo lugar, usamos as teorias de análise do discurso de José Fiorin sobre a narratividade que envolve as páginas de *Crepúsculo* para, então, encontrar as estratégias narrativas usadas e os efeitos de sentido derradeiros de nossa análise. Ademais, nosso estudo percorreu por meio das reflexões referentes à Ideologia e seu campo de análise cultural e social, ou seja, de que modo o discurso pode representar, simbolicamente, uma sociedade tal como a descrita no texto de Meyer. É conveniente lembrar que o estudo não seguirá tal ordem cronológica e sim uma ordem necessária ao estudo, ou seja,

Com efeito, examinamos, também, os modos como a ideologia apresenta-se no interior dos discursos. Dessa maneira, a investigação buscará articular a ideologia, a partir da perspectiva de J. B. Thompson (1995), como “sentido a serviço do poder” na exploração das formas simbólicas como preservação das

relações de dominação. Nesse sentido, o texto apresenta uma carga ideológica subjacente que tentaremos elucidar com o aparato da análise do discurso.

É impossível deixar de notar, quando deixamos cair os olhos no texto de Meyer, uma clara idealização de sociedade e divisão de classes. Embora esse não seja o eixo central da história, acabamos por notar que o mundo de *crepúsculo* transforma-se numa forma de cristalizar uma divisão muito clara na sociedade tal como ela é. Assim, partimos da premissa que toda sociedade possui uma classe dominante e em contraponto uma classe dominada. É claro que tal análise deverá ser mais detalhada no decorrer do percurso de estudo, mas já é possível salientar o quanto de carga ideológica podemos encontrar nos textos de Meyer e provavelmente não só nos seus, pois vemos que a ficção, independente de sua forma de expressão (livro, filme, cinema), tenta transparecer uma forma de ideologia de classe, de dominação e poder. Por isso, teóricos como J.B. Thompson e Marcelo Rocha serão de grande importância na tentativa de análise dos *merchandisings* literários de Meyer.

Tal análise percorreu, então, três campos do conhecimento sendo eles a análise do discurso, ideologia e a comunicação. Esse percurso é criado com a finalidade de tornar o estudo mais completo e fazer com que o mesmo caminhe por áreas que se complementam naturalmente. Seria difícil desprender o texto de Meyer de uma análise que perpassasse as reflexões ideológicas de J.B. Thompson, visto que, a narrativa básica busca uma representação lúcida de divisão de classes e de poder, também contempladas pelos próprios *merchandisings*. Assim, nosso caminho trilhará, junto a autores como José Fiorin, J.B. Thompson e Marcelo Rocha com a finalidade de buscar sempre uma melhor análise e as respostas pretendidas dentro da obra de Stephenie Meyer.

Nosso trabalho buscou uma pesquisa exploratória, pois assim iremos explorar de maneira teórica e empírica um assunto no meio comunicacional que teve pouco, quiçá, nenhum estudo, de maneira que obtenhamos maior familiaridade com o assunto e objeto de estudo podendo, assim, seguir para estudos mais aprofundados. Assim, atrelar as narrativas de Stephenie Meyer às teorias do campo social que mais atendem nossos objetivos de estudo. Como nosso estudo permeia os campos de produção, nos apoiamos em teorias do discurso, ideologia e comunicação com a finalidade de extrairmos os efeitos de

sentido que o texto nos traz. Essa abordagem teórica se encontra na premissa de que a fusão da literatura com a publicidade precisa, primeiramente, de um teor bibliográfico por ser um estudo incipiente na comunicação.

Devemos salientar que o trabalho seguiu por uma linha qualitativa e de aspectos abstratos. Nosso olhar foi hermenêutico, por apoiar-se em teorias que salientam estudos sobre o discurso, ou seja, um estudo sobre a enunciação e semântica, teorias que não seguem uma linha objetiva e estritamente dura. Contudo, não devemos confundir hermenêutica com irracionalidade, pois percebemos que o estudo científico deve se embasar de certas normas de estudos e análise, o que encaminhou nosso trabalho de forma correta. Então, a análise acabou sendo feita através de uma análise de conteúdo, visando olhar profundamente para o objeto de estudo. Também teve um cunho descritivo visando a trabalhar em cima das narrativas e de sua análise textual. Por isso entraremos em uma descrição de conteúdo e sentido através das teorias do discurso propostas por Fiorin e ideologia de Thompson assim como demais autores.

Por fim, determinamos que o estudo entrelaça o seguinte problema a ser resolvido através de uma determinada reflexão e análise: o exame dos *merchandisings* literários encontrados no livro *Crepúsculo* de Stephenie Meyer, considerando os laços narrativos aos quais as marcas e produtos estão amarrados e como estes laços desenrolam-se nas teorias de Análise do discurso, Ideologia e Comunicação para, então, determinar que efeitos de sentido são interpretados a partir disso. Salienta-se, também, que num primeiro instante era impossível determinar quais seriam os resultados de nossa pesquisa e talvez isso que traga o principal impulso para um pesquisador, a certeza de que possa encontrar mais perguntas do que respostas e assim aumentar ainda mais sua busca por conhecimento para si e para o campo.

2. O percurso gerativo de sentido para a análise de *Crepúsculo*

Vamos ver se Carlisle quer ir. Alice se levantou e caminhou até a porta com um estilo que quebraria o coração de qualquer bailarina. Como se você não soubesse, Jasper zombou, e os dois seguiram rapidamente o seu caminho. Jasper conseguiu fechar a porta inconspicuosamente atrás dele. O que vamos jogar?, eu perguntei. você vai assistir, Edward esclareceu. Nós vamos jogar baseball. Eu revirei meus olhos. **Vampiros gostam de baseball?** É o passatempo Americano, ele disse zombando mas solenemente. (MEYER, 2006, pág. 157, grifo nosso).

Devemos, então, dar um primeiro passo em nossa análise seguindo para o nível fundamental de Fiorin. Com isso, através da análise de Fiorin (2006) buscamos as categorias semânticas que se constituem basicamente de oposições de mesma ordem. Num primeiro olhar sobre a narrativa do texto de Meyer, sua história configura-se com os seguintes atributos duais:

- a) real e imaginário;
- b) humano e vampiro;
- c) fraqueza e força;
- d) comum e extraordinário;
- e) classe dominada e classe dominante;
- f) mortal e imortal.

Pensando através da citação que fiz no início deste capítulo veremos que a divisão nasce da dualidade racial e mítica que há em *Crepúsculo*, humano e vampiro.

2.1 Real e Imaginário

Nossa análise adentrará extremamente na história por entendermos que ela faz parte do sentido que queremos encontrar através dos merchandisings literários. Por isso atravessaremos pela história de Meyer no decorrer do percurso para que

isso contribua para nossa análise. Afinal, não podemos separar a história dos *merchandisings*, visto que ambos caminham juntos e perdem o sentido quando separados.

Numa primeira análise e leitura do livro *Crepúsculo* é possível determinar que a primeira oposição semântica que vem à mente é a que classifica o encontro de dois mundos totalmente opostos. De um lado, aquilo que se transfigura no real, no mundo como conhecemos, na sociedade a qual pertencemos, com suas hierarquias e modos de vida, ou seja, um mundo tangível, um mundo humano. De outro lado, aquilo que transita pela imaginação, na figura de um mito, de uma lenda. O mundo que lemos em histórias, desenhos animados, filmes, e até novelas, um mundo, enfim, de vampiros. Então no primeiro passo da história o eixo narrativo busca essa quebra de barreiras entre duas raças.

O encontro do real com o imaginário atravessa uma série de fatores interessantes dentro da narrativa. O encontro de Bella Swan e Edward Cullen configura-se na dúvida, no despertar de uma curiosidade, na inquietude do ser humano pela busca daquilo que lhe encanta. Assim, a vida normal da personagem principal muda a partir do momento em que ela enfrenta o mito, aquilo que estava em seu mundo imaginário, nas histórias e filmes que cresceu vendo e ouvindo. Esse choque transparece uma quebra inicial que o livro se propõe desde o início, um divisor de paradigmas. O mundo de Bella Swan não era, exatamente, tal qual ela conhecia. Tal como podemos enxergar no seguinte fragmento da narrativa:

Foi ali, sentada no refeitório, tentando conversar com vários estranhos curiosos, que eu os vi pela primeira vez. Eles estavam sentados num canto do refeitório, o mais longe possível de onde eu estava. Eram cinco. Não conversavam e não comiam, apesar de cada um deles ter uma bandeja intocada de comida na sua frente. Eles não estavam me encarando, como a maior parte dos outros alunos, então era seguro ficar olhando para eles sem ter medo de encontrar um par de olhos excessivamente interessado. Mas não foi nenhuma dessas coisas que chamou, e prendeu, minha atenção. (MEYER, 2006, pág. 9).

E isso nos ajudará num momento posterior quando nos determos em examinar a ideologia de Thompson nas páginas de *Crepúsculo*. Por aqui nos prenderemos no desenrolar das oposições semânticas para uma posterior análise.

Visto isso, podemos determinar que a primeira oposição caracteriza-se como o encontro daquilo que vem do âmbito do real com aquilo que está num mundo mitológico, num campo do imaginário.

2.2 Humano e Vampiro

Seguindo na idéia das oposições semânticas, partimos para uma nova categoria. Esta muda um pouco em relação à primeira por afunilar mais nosso intuito de buscar uma relação entre os *merchandisings* e a história. Ela se define por, de um lado, termos o mundo humano e, de outro, o mundo vampiro. Tentamos abstrair a idéia de oposição e de termos estritamente separados e tentamos fixar os olhos na publicidade por um instante. Quando uma propaganda, independente do produto ou marca, é vista ou lida, ela procura nos levar de um estado inicial a um estado final, por vezes, melhor que o primeiro. Então, na linha desse raciocínio buscamos dentro da narrativa um eixo que exemplifica exatamente isso, o fascínio dos humanos em virtude aos vampiros:

Eu os olhava por que seus rostos, tão diferentes, tão iguais, eram todos devastadoramente, **inumanamente** lindos. Eram rostos que você nunca espera encontrar além de, talvez, nas páginas editadas de uma revista de moda. Ou pintadas por um dos velhos mestres como a face de um anjo. Era difícil decidir quem era o mais belo - talvez a perfeita loira, ou o garoto com cabelos cor de bronze. (MEYER, 2006, pág. 9, grifo nosso).

Quando pensamos nessa oposição, foi na idéia de trazer essa perspectiva de *crepúsculo*. Pois vemos que o mundo vampiro traz características surreais que, por vezes, são usadas na publicidade. A beleza extremamente destacada, a força incrivelmente elevada e a riqueza, seguida de posses realmente luxuosas. Tudo isso acaba intensificando a premissa de que sempre temos uma idéia de como queremos ser e o que queremos ter. Isso acaba sendo visível tanto no mundo da publicidade quanto no mundo de vampiros de Stephenie Meyer.

Vimos dentro do trecho analisado, a idéia da protagonista de salientar a beleza extrema dos vampiros. Como também, classificar, numa certa sintáxe, esta beleza usando a palavra “inumanamente” para diferenciar os personagens que ela avistava pela primeira vez.

2.3 Fraqueza e Força

Visando ainda encontrar possíveis categorias semânticas, essa pode ser a mais específica de todas, num sentido de que ela expressa-se em parte no livro, mas que não poderíamos deixar passar.

Dentro da narrativa desde o momento em que as duas realidades se encontram as diferenças e oposições se tornam claras. Os vampiros são seres vistos como imensamente belos, inteligentes, experientes, ricos e fortes. Claro que sua identidade não é revelada ao público, somente à Bella. Então, essa oposição acaba sendo muito interessante no momento em que ela revela a diferença básica entre os dois mundos: a fraqueza e a força. Quando pensamos em Bella Swan e Edward Cullen vemos eminentemente essa oposição. Mais especificamente no trecho narrativo em que Edward a salva do carro com a mão acaba sendo o parâmetro de força descrito:

Uma van azul escura derrapando, pneus guinchando contra os freios, girando selvagememente no gelo do estacionamento. Ia bater num dos cantos traseiros da minha caminhonete, e eu estava entre eles...Mas eu não tive a chance de prestar atenção em mais nada porque a van ainda estava vindo. Ela havia feito uma curva no fundo da minha caminhonete, e ainda girando e deslizando, estava prestes a colidir comigo de novo...As mãos dele (Edward) se moveram tão rápido que ficaram fora de foco. Uma delas estava de repente agarrando o fundo da van, e alguma coisa estava me puxando, empurrando minhas pernas como se elas fossem de uma boneca de trapo até que elas encostaram no pneu do carro com a pintura queimada. (MEYER, 2006, pág. 26).

Podemos ver a descrição de Meyer sobre a força dos vampiros também no trecho específico a seguir:

Ele (Edward) levantou uma mão e, com um *crack* alto, ele arrancou uma árvore de dois metros de altura com raiz e tudo, sem esforço. Ele segurou ela com uma mão por um momento, e então jogou ela pra longe com uma rapidez impressionante, fazendo com que ela se chocasse contra outra árvore enorme, ela caiu no chão com um barulho incrível fazendo o chão tremer. (MEYER, 2006, pág. 120).

A fraqueza humana fica explícita na busca de Bella Swan por ajuda medicinal, quando toma Tylenol para dor de cabeça assim como vemos no fragmento:

Eu decidí que devia ir dormir mais cedo naquela noite. Charlie continuou cuidando de mim ansiosamente, e isso estava me deixando nervosa. Eu parei no caminho pra pegar três Tylenol no banheiro. Essa foi a primeira noite que eu sonhei com Edward Cullen. (MEYER, 2006, pág. 31).

Essa busca nos viabiliza a ir mais fundo num momento posterior, no sentido de atrelar tais narrativas em outras teorias como a ideologia de Thompson.

2.4 Comum e Extraordinário

Numa mesma perspectiva, *crepúsculo* traz aos seus leitores muito daquilo que está além da vida comum, além de nossa imaginação. Sendo assim afirmamos que nenhum humano brilharia como diamante quando estivesse exposto ao sol. Nem teria força e velocidade equiparada aos vampiros de Meyer. Essa transfiguração busca a afirmação daquilo que existe, porém só dentro no mundo dos Cullen, o que nos traz outra vez ao estado pretendido que a publicidade oferece. Ninguém, hoje, busca o comum, todos buscam aquilo que lhes diferencie dos demais, que lhes tornem extraordinários. Acompanhamos então a parte em que demonstra minha afirmação anterior:

Edward na luz do sol era chocante. eu não conseguia me acostumar com isso, mesmo tendo passado a tarde inteira olhando pra ele. A pele dele, a despeito de uma leve ruborescência pela caçada de ontem, estava literalmente brilhando, como se milhões de pequenos diamantes estivessem cravados em sua superfície. Ele ficou completamente rígido na grama, sua camisa aberta deixava seu peito esculpido, incandescente aparecer, seus braços incandescentes estavam nus. (MEYER, 2006, pág. 118-119).

Um fato interessante que notei na leitura de *Crepúsculo* é esse teor único que os seus vampiros trazem. Estes se diferenciam dos mitos comuns de vampiros, dos quais, como exemplo, posso usar o sol. Eles não morrem, nem queimam quando expostos à luz solar, e sim apenas brilham. Convém dizer, também, que características e artefatos que no imaginário popular aparecem como as estacas e o alho, no livro de Meyer não existem. Seus vampiros são bem mais mostrados como heróis românticos do que como vilões, como nos acostumamos a ver. Isso, talvez acabe tornando o romance *Crepúsculo* tão atrativo aos olhos de seu público, que podemos dizer não ser de pequena escala.

2.5 Classe dominada e Classe Dominante

Quando chegamos a quinta e última oposição semântica precisamos de um pouco de abstração. Nossa busca, aqui, não é estritamente sobre dominação como pode parecer. Partimos da idéia de J.B Thompson (1999) que nos diz que quando nos encontramos com as diversas formas simbólicas, devemos sempre ter em mente que elas desempenham um papel extremo e fundamental na sociedade como a conhecemos hoje. Em seu livro *Ideologia e Cultura moderna*, Thompson nos traz reflexões sobre a ideologia de classes e sobre a ideologia ao serviço do poder, um estudo claro sobre como os meios simbólicos trabalham para a classe dominante. Claro que não precisamos nos deter tanto nisso agora, mas é interessante contextualizar antes de explanar essas oposições.

Sendo assim, podemos dizer que essas categorias vêm de uma inquietação ao presenciar uma divisão de classes minuciosa e uma representação

clara da sociedade real. Meyer acaba trazendo, talvez não conscientemente, uma ideologia de classes para dentro de *Crepúsculo*. A família Cullen representa, obviamente, uma classe dominante. Tanto que, acabam morando isolados em sua mansão, onde podemos fazer uma ligação abstrata com as famílias nobres de condomínios fechados. Seguindo nesse parâmetro observamos que além de terem dinheiro e carros importados como no trecho seguinte:

Esme e Rosalie vão pegar a sua caminhonete, Bella, ele disse enquanto passava por mim. Eu balancei a cabeça, olhando cautelosamente para Rosalie. Ela estava olhando para Carlisle com uma expressão ressentida. Alice, Jasper - levem a **Mercedes**. Vocês vão precisar dos vidros escuros no Sul. (MEYER, 2006, pág. 182, grifo nosso).

Os vampiros ainda são ideais de beleza e inteligência. Então, os vampiros acabam transparecendo uma estética e vida de classe dominante, num contraponto junto aos humanos da narrativa que levam suas vidas comuns e interpretam a classe dominada. Isso em uma leitura simbólica da história seguindo algumas teorias de Thompson. (1995).

2.6 Mortal e Imortal

Por fim, acrescentamos nossa última dualidade, que referencia a uma característica única, que diferencia humanos e vampiros: a temporalidade.

A imortalidade dos vampiros faz menção de uma classe dominante, que sempre irá viver para impor sua ideologia de vida às classes dominadas. Ou seja, essa oposição descreve a dominação de uma forma temporal, mas ainda sim com o mesmo propósito.

Assim, vemos que são diversas as características e dualidades que representam a história e sua narratividade, de forma que todas elas se desenrolam numa mesma perspectiva e objetivo: dividir a sociedade em *Crepúsculo* em duas metades.

2.7 Nível narrativo em *Crepúsculo*

Neste nível precisamos observar como a história se desenrola de modo que busquemos em Fiorin os quatro processos dentro de toda sintaxe narrativa que são, respectivamente, “manipulação, competência, *performance* e sanção”. Cada uma delas corresponde a uma seqüência canônica que busca organizar e entender enunciados de estado e de fazer.” (FIORIN, 2006, pag. 29).

2.7.1 Manipulação

Na manipulação “um sujeito age sobre outro para levá-lo a querer ou dever fazer alguma coisa”. (FIORIN, 2006, pág. 29) Observamos que nesta fase temos sempre o início de uma história ou de sua essência, aquilo que caracterizará o restante da narrativa. Em *Crepúsculo*, a manipulação acontece quando Bella encontra Edward e é manipulada pela beleza estética e sedução do vampiro. Aqui temos uma espécie de manipulação não motivada, pois Edward sem intenção acaba seduzindo Bella, e fazendo-a querer descobrir mais sobre seu mundo. Assim conforme o fragmento:

O rosto dele era uma distração tão grande que eu tentei não olhar pra ele mais do que a cortesia pedia... Eu pausei por um longo momento, e então cometi o erro de encontrar o seu olhar. Seus olhos dourados escuros me confundiram, e eu respondi sem pensar. (MEYER, 2006, pág. 22).

2.7.2 Competência

Na fase da competência “um sujeito que vai realizar a transformação central da narrativa é dotado de um saber e/ou poder fazer”. (FIORIN, 2006, pág. 30).

Sendo assim nossa história não possui um anel mágico ou espada, como exemplifica Fiorin em seu texto, mas podemos ver que Bella, tida aqui como sujeito central da narrativa, quando encontra Edward, encontra uma espécie de competência pois é dele que nascerá todo o desenrolar da história. E ele que por fim acabará salvando-a dos vampiros que a vêem como uma boa refeição. Deste trecho vemos que o percurso de Fiorin é uma forma de análise flexível, que busca adequar-se a todos os tipos de discursos. E mostra também, que seus processos narrativos não são concretos e fechados de forma que não existam exceções. Vimos então que nesta fase a narrativa demonstra que os vampiros são dotados de poder como força, agilidade e demais dons sobrenaturais assim como podemos descrever na parte da história:

Alice tinha previsões, onde quer que ela estivesse... Emmett trouxe sua força, Rosalie a sua tenacidade. Ou será que eu devo chamar de cabeça dura? Ele gargalhou. Jasper é muito interessante. Ele era muito carismático em sua primeira vida, capaz de influenciar as pessoas ao seu redor a ver as coisas da sua maneira. (MEYER, 2006, pág. 140).

2.7.3 Performance

A *performance* é vista por Fiorin como a fase em que temos a transformação central da narrativa. (FIORIN, 2006, pág. 31). Aqui temos a situação em que Edward, para ter o amor de Bella, precisa salvá-la dos vampiros Laurent, Victoria e James que querem seu sangue. Assim o trecho a seguir demonstra o ápice da narrativa quando James ataca Bella, mas logo em seguida é impedido pelos Cullen:

Eu ouvi, como se estivesse embaixo da água, o rosno final do caçador. Eu podia ver, através dos longos túneis em que meus olhos haviam se transformado, a figura escura dele vindo na minha direção. Como meu esforço final, eu levantei minha mão num gesto instintivo pra proteger meu rosto. Meus olhos se fecharam e eu flutuei. (MEYER, 2006, pág. 205).

O fragmento traz o momento em que Bella é ataca por James e o cair de sua consciência num transe em que ela entende estar embaixo d'água.

2.7.4 Sanção

A sanção é “a constatação de que a *performance* se realizou e assim o reconhecimento do sujeito que operou a transformação”. (FIORIN, 2006, pág. 31). Aqui temos o desfecho da história em que Edward salva Bella das mãos de James e consegue sua recompensa por assim dizer. Bella e Edward acabam ficando juntos ao fim da história e o castigo, assim como traz Fiorin, para James é a morte:

Eu toquei o rosto dele. Olha, eu disse. "Eu te amo mais do que tudo no mundo junto. Isso não é o suficiente? Sim, é suficiente", ele respondeu sorrindo. "Suficiente pra sempre".E ele se inclinou pra tocar a minha garganta com seus lábios frios mais uma vez. (MEYER, 2006, pág.228).

2.7.5 Os *merchandisings* na narrativa

Observa-se que os *merchandisings* não apareceram em nenhuma de nossas análises anteriores, visto que eles não fazem parte do eixo central da narrativa, e sim como elementos complementares que de caso em caso vão aparecendo durante todo o processo narrativo. O que fizemos antes foi traçar uma “*espinha dorsal*” para nosso trabalho, sendo que as marcas e textos publicitários são complementos da mesma, vindos de forma cautelosa e discreta. Também vemos que os *merchandisings* possuem relativa influência no desenrolar da história. No entanto, os *merchandisings* constituem partes importantes como quando Bella ganha sua caminhonete, ou quando acaba se machucando ao andar nos carros luxuosos de Edward. Sendo assim, nossa análise percorrerá ainda o nível discursivo, a fim de complementar o traçado que fizemos no nível narrativo.

2.8 O nível Discursivo

Quando entramos neste cenário buscamos termos ou códigos que dêem concretude a formas abstratas que fazem parte do plano de conteúdo. (FIORIN, 2006, pág. 41). Dessa forma, a busca aqui é pela linguagem da narrativa, que espécie de códigos fazem parte de *crepúsculo* e como eles dão forma aos significados da narrativa de Meyer.

O nível discursivo segundo Fiorin (2006) traz sempre uma invariante, no nosso caso ela é a narrativa em que Bella e Edward se apaixonam, mas acabam enfrentando obstáculos como as próprias diferenças e o clã de Laurent, para então ficarem juntos ao final da história.

Com isso essa invariante em *crepúsculo* é revestida de uma linguagem específica dos romances modernos, uma série de códigos coloquiais. Uma narrativa fácil de ler que não precise de uma resposta do leitor e sim apenas que ele entenda o código. Esse tipo de linguagem é comum em romances pois estes buscam o entretenimento dos leitores e não sua reflexão imediata. Então, o nível discursivo de Meyer é uma postura textual denominada coloquial ou simples como podemos ver no fragmento:

“Charlie estava sendo até **legal** sobre essa história toda. Ele parecia genuinamente feliz que eu iria morar com ele quase que permanentemente pela primeira vez. Ele já tinha me matriculado na escola e ia me ajudar a arranjar um carro. Mas com certeza ia ser estranho morar com Charlie. Nenhum de nós era o que se poderia chamar de falantes, e nem sei o que haveria para ser dito.” (MEYER, 2006, pág. 3)

Podemos ver nesse trecho, tirado da obra analisada, uma linguagem simples, de fácil entendimento viabilizando nossa afirmação anterior. O termo “legal” acaba confirmando a ideia de que a linguagem é atual, livre e simples. É preciso ressaltar que a narrativa é passada em primeira pessoa o que nos dá a impressão de um testemunho, o que aproxima, de forma considerável, o público da história contada dentro da obra.

3. As formas ideológicas de *Crepúsculo*

3.1 O Campo

Nesse momento, centramos nossa análise no campo da ideologia, buscando investigar a partir da leitura de J.B Thompson e Marcelo Rocha, assim como outros autores, com a finalidade de aproximar nosso estudo junto à carga ideológica visível por entre as páginas de *Crepúsculo*. O que tentarei dizer e refletir nesse capítulo será totalmente apoiado pelas afirmações dos teóricos citados anteriormente, trabalhando na teoria sobre uma ideologia a serviço do poder, conforme J.B. Thompson (1995).

Primeiramente, poderemos nos deter numa inicialização dentro do campo que pretendemos estudar, nesse caso, falamos especificamente da ideologia, o que nos ajudará em reflexões posteriores. Assim, podemos, numa primeira instância, nos apoiar em uma afirmação de Eagleton, a qual explica que o termo ideologia pode expandir-se para várias significações que convergem numa linha particular histórica e por vezes social. (EAGLETON *apud* ROCHA, 2008, pág. 18).

Com isso, nas primeiras definições de Eagleton destaca-se a ideologia como “o processo de produção de significados, signos e valores da vida social”, o que, em nosso caso, é bastante válido, sendo que nosso objeto de estudo tem como sua principal e única fonte de mensagem o texto verbal. (Ibidem, pág. 18). Então, trabalhamos especificamente com uma fonte de signos e valores da vida social a partir do momento que *Crepúsculo* vale-se do mundo real, como o conhecemos hoje, com suas crenças e sua cultura própria, para narrar uma história ficcional. Chegaremos nisso mais adiante, quando centrarmos nossa análise nas peculiaridades que citarei no decorrer de nossa contextualização em torno do campo de estudo.

Por conseguinte, o teórico inglês traduz o termo ideologia como também “um corpo de idéias característico de um determinado grupo ou classe social”. (Ibidem, pág. 19). Sem meias palavras, podemos assegurar que essa definição apresentasse clara em nosso objeto, considerando que a história é centralizada na oposição

básica que afirmamos no capítulo anterior, humanos e vampiros. Dois grupos distintos que tem suas características e representam ideologias divergentes de classe.

E então, na terceira definição de Eagleton, ideologia mostra-se como “idéias que ajudam a legitimar um poder político”. (EAGLETON *apud* ROCHA, 2008, pág. 19). Aqui, devemos expandir e não nos prender no termo político, apesar de Eagleton transcender esse termo para um sentido que navega nos campos da persuasão, mesmo assim o autor se aproximará muito de Thompson e sua ideologia ao serviço do poder. Ambos acabam definindo ideologia como uma legitimação e sustentação de cadeias de poder e classe. Legitimar e sustentar. Ambos os verbos estão por trás da narrativa romântica de *Crepúsculo*.

Ainda, Eagleton busca na definição de ideologia uma forma de “legitimação e promoção das atividades de um poder social dominante”. (Ibidem, pág. 20). Assim, o autor destaca a sustentação da classe dominante por meio de uma manutenção do poder.

Eagleton alinha diversas definições acerca do termo, porém nos é válido esse pequeno terço que citamos agora. Ideologia sendo um termo “plurissignificado”, não nos adiantaria partir para todas as definições possíveis. (Ibidem, pág. 18). Mas ainda assim prosseguiremos numa contextualização do campo de estudo.

Quando adentramos na nascente histórica do termo, nos deparamos com Destutt De Tracy, no século XVIII, autor que designa ideologia como uma ciência das idéias, um método científico preciso, que indicaria de que maneira as idéias são formadas na mente humana, com um fim de organizar uma sociedade orientada pela razão. (de TRACY *apud* ROCHA, 2008, pág. 21). Essa perspectiva caminhava numa idéia positivista de orientar a sociedade para haver unicamente a produção de idéias verdadeiras guiadas para a organização do ambiente humano. (Ibidem, pág. 21). Tudo isso implicava uma visão um tanto quanto utópica, mas que para a época era bastante válida.

Karl Marx traz uma nova concepção para o conceito, onde a função da ideologia através do pensar idéias deve convergir com o fazer e conceber estas, e não prender-se ao estigmatismo das idéias pelas idéias como pensava De Tracy. Marx acreditava que as idéias por si só não mudariam a realidade e sim a

deixariam suspensa no âmbito apenas teórico. (MARX *apud* ROCHA, 2008, pág. 23).

Numa mesma perspectiva, Thompson destaca:

Ideologia, nesse sentido, é uma doutrina teórica e uma atividade que olha erroneamente as idéias como autônomas e eficazes e que não consegue compreender as condições reais e as características da vida sócio-histórica. (THOMPSON *apud* ROCHA, 2008, pág. 23).

Assim, podemos ver que a preocupação dos teóricos da época era trazer a ideologia o mais próximo possível da sociedade e do contexto prático e não apenas deixá-la no âmbito teórico e reflexivo. Da mesma forma, o autor critica a concepção de autonomia que as doutrinas teóricas encarnavam, onde a ideologia era concebida de forma pura, quando de fato não era. (Ibidem, pág. 23).

Através das reflexões de Marx e Engels, Rocha nos traz uma concepção que talvez seja nossa linha principal de análise. Assim como cita em seu livro:

Os interesses da classe dominante são expressos pela ideologia, na medida em que essas articulações entram em conflito, a fim de preservar sua condição de dominação. A forma ilusória como as idéias são representadas nada mais fazem do que favorecer certos grupos dominantes, preservando os seus poderes. (ROCHA, 2008, pág. 24).

Assim, podemos ver que a idéia promovida pelos pensadores sobre ideologia mergulha, de forma considerável, nas concepções sociais de classe e ordem hierárquica, principalmente por estarmos falando na era da grande explosão industrial, onde o mundo começou a girar em torno apenas do capital. Portanto, os valores da magia e da religião que antes reinavam na sociedade, se perdem e dão lugar aos crescentes antagonismos de classe. (ROCHA, 2008, pág. 25).

Com isso, Thompson, num diálogo reflexivo nas idéias de Marx, nos traz a concepção latente de ideologia, onde ela é:

Um sistema de representações que servem para sustentar relações existentes de dominação de classes através da orientação das pessoas para o passado em vez de para o futuro, ou para imagens e idéias que escondem as relações de classe e desviam da busca coletiva de mudança social. (THOMPSON *apud* ROCHA, 2008, pág. 26).

Essa concepção de Thompson nos orienta numa visão em que as pessoas num encontro com as formas simbólicas, costumes e tradições, tendem a direcionar sua reflexão para o passado ao invés de para o presente ou futuro. O que se acabarmos trazendo à nossa realidade ainda é válido, pois nossas representações do passado, tanto pessoais quanto coletivas, acompanham nossa vida cotidiana social de forma intensa e orientam nosso olhar para o mundo.

Outro teórico que contribui muito para nossa contextualização histórica em torno do termo ideologia chama-se Paul Ricouer, filósofo francês que traz em seu texto “Interpretações e Ideologias”, uma nova margem que se transfigura num contexto de grupos sociais, numa demanda de representações simbólicas particulares. (RICOUER *apud* ROCHA, 2008, pág. 28). Como também, ele concorda com Marx ao salientar ideologia como uma distorção da realidade ou uma dissimulação. Porém critica o caráter marxista totalizador, onde ideologia é uma superação da ciência. (Ibidem, pág. 29). Quando pensamos nesse caráter totalitário, é no intuito de, como diversos autores, salientar que não devemos separar ideologia ou o seu saber da cultura particular ou classe social específica que está atrelada. Ou seja, numa tentativa de definir o termo ideologia para nosso estudo, partimos primeiro, da idéia de seu laço fixo com uma cultura e uma classe social. Portanto, a visão de Ricouer implica ideologia como um processo sempre incompleto, porém incapaz de fugir de seu início. (Ibidem, pág. 29).

3.2 A Ideologia em *Crepúsculo*

Dentro das várias e existentes vertentes de significados que o termo possui, obviamente não podemos nos prender em todas, mas toda a contextualização anterior foi de muita valia no sentido que Ideologia ainda continua sendo um campo

muito amplo na medida que abrange diversos teóricos e teorias, em diversas épocas e contextos sociais. “Na maneira como a própria moldura é parte do conteúdo enquadrado”. (DERRIDA *apud* ROCHA, 2008, pág. 34)

Entendemos que as teorias de J.B. Thompson são as que mais dão completude à nossa reflexão. “*Ideologia e Cultura moderna*” faz uma aplicação muito válida sobre o contexto social, pois Thompson (1995) busca suas análises no início da era do capital ou capitalismo, atrelando-se ao contexto de idéias e discursos ao serviço do poder e à dominação de classe. Assim, num olhar atento à J.B. Thompson, pretendemos realizar uma aproximação do campo da Ideologia ao livro *Crepúsculo* de Stephenie Meyer.

Thompson destaca “a noção de assimetria que se afigura significativa em toda relação em toda relação de dominação, na medida em que determinamos grupos que detém o poder de forma permanente.” (THOMPSON *apud* ROCHA, 2008, pág. 40). Portanto, nesse conceito vemos que o enquadramento do teórico britânico é simétrico à estrutura literária de *Crepúsculo*, pois suas teorias vivem dentro dos preceitos de poder, dominação de classe e grupos sociais. A escolha também se justifica na circunstância que Marcelo Rocha também analisa uma obra ficcional, o livro de Pedro Juan Gutiérrez, “*O rei de Havana*” e busca Thompson por suas teorias desaguarem em diversas “estratégias operacionais” da Ideologia. (Ibidem, pág. 40)

Os modos operacionais da Ideologia de Thompson (1995) dividem-se em legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação. Poderemos ver como eles atuam através das pontuações de Rocha (2008) e também já poderemos refletir como eles operam no discurso simbólico de *Crepúsculo*. Observamos, porém que nem todos as estratégias operacionais poderão se fazer presentes na narrativa de Stephenie Meyer. Assim, veremos como elas atuam e buscaremos fazer o “*link*” adequado com nosso objeto.

3.2.1 Legitimação

Onde as relações de dominação são estabelecidas através de um apoio. Juntamente com Max Weber, Thompson busca os fundamentos onde as legitimações se configuram. O primeiro é o fundamento reacional onde há a justiça do projeto aduzido. O segundo é o tradicional, apelando para a sacralidade referente às tradições. Por último o fundamento carismático, que se refere à pessoa que exerce a autoridade. (THOMPSON *apud* ROCHA, 2008, pág. 41). Por conseguinte, Thompson ainda cita três processos que ainda acontecem pela legitimação. Sendo o primeiro deles:

É a estratégia pela qual de uma forma simbólica elabora um campo de raciocínios com o objetivo de defender ou justificar um conjunto de relações, procurando persuadir e buscando apoio à sua argumentação. (Ibidem, pág. 41).

Seguindo ainda pela universalização:

É a estratégia através da qual são apresentados acordos institucionais que servem aos interesses de um pequeno grupo ou de apenas um indivíduo, mas que são mostrados como de interesse comum. Dessa forma, sugere-se que esses acordos estão abertos para quem tiver competência de, por meio deles, ser bem sucedido. (Ibidem, pág. 41-42).

Por fim, vemos a narrativização:

É a estratégia onde são relatadas histórias pretéritas que buscam mostrar o presente como portador de uma tradição eterna e imutável. O fato de utilizarmos a narrativa no intuito de contar ou ouvir histórias pode nos aproximar, às vezes sem percebermos, a um processo simbólico de sustentação das relações de dominação. (Ibidem, pág. 42).

Com isso, podemos perceber que das três estratégias citadas a que mais se aproxima de nosso estudo é a última, a narrativização. Em *Crepúsculo* vemos que a dominação sustenta-se pela tradição de uma “ideologia de posse”. Ou seja, os

vampiros Cullen, dotados de muito dinheiro, possuem diversos carros importados e objetos de luxo dentro da trama, o que confirma o processo simbólico de poder econômico que sustenta as relações de poder dentro da sociedade pós-moderna e no contexto de *Crepúsculo*.

Era comum ver um Mercedes ou Porsche novo no estacionamento dos alunos. O carro mais legal aqui era um brilhante Volvo, que se sobressaía. Mesmo assim, logo que estacionei desliguei o motor, para que o barulho enorme não chamasse atenção para mim. (MEYER, 2006, pág. 7).

3.2.2 Dissimulação

A dissimulação é o modo operacional que busca “ocultar as relações de dominação, a fim de que a atenção seja desviada de seu sentido do mundo social.” (ROCHA, 2008, pág. 42).

O ato de dissimular é também a ação de fingir ou disfarçar o que nos leva à principal característica dos *merchandisings*. Esse fazer promocional ancora-se num momento de descrição da narrativa tanto televisual, cinematográfica ou, como no nosso caso, literária. Assim, pensamos na dissimulação como a estratégia básica e de maior intensidade na narrativa analisada. O disfarce busca sustentar as relações de poder descritas por Thompson.

Dentro da vida televisiva, o *merchandising* veio para ser um plano de fundo da trama, em que as marcas ou produtos fossem coadjuvantes e não peças principais de alguma cena. Claramente, na TV a forma de dar descrição à uma promoção é facilitada pelos inúmeros aspectos que a mídia usa, como a imagem em vários planos e os próprios personagens. Ou seja, no livro quando se usa o nome de uma marca no texto, não existe descrição, assim como no trecho a seguir:

Que tipo de carro? — achei suspeito a maneira como ele disse "carro bom para você", ao invés de só "carro bom".

— Bem, na verdade é uma caminhonete, um **Chevrolet**.

— Onde o achou?

— Lembra-se de Billy Black, de La Push? — La Push é a pequena reserva indígena na costa.

— Não.

— Ele costumava ir pescar conosco no verão. — Charlie ofereceu ajuda. Isso explicaria porque eu não lembrava dele. Me dou bem em bloquear da minha memória coisas dolorosas e desnecessárias.

— Ele está numa cadeira de rodas agora — Charlie continuou quando não respondi — então não pode dirigir mais, por isso se ofereceu para vender a caminhonete bem barato. (MEYER, 2006, pág. 4, grifo nosso).

Como vimos, é impossível não perceber um nome promocional quando o lemos em um livro. Acrescento que o recurso “negrito” foi utilizado pelo pesquisador e que este recurso não existe na página original do livro de Stephenie Meyer.

Portanto, a descrição é irônica no *merchandising* literário e o ato de dissimulação é presente numa totalização da narrativa vampiriana. O ato promocional se perde na medida que não ocorre com frequência e apenas e algumas páginas, mas ainda sim, continua sendo percebido.

Como a dissimulação diz respeito a um desvio de nosso olhar para as relações de dominação do quadro social, quando lemos *Crepúsculo* não pensamos nas diferenças de classe ou em uma classe dominante ou classe dominada, porém essa índole está presente no eixo que corre durante nossa leitura e percebemos isso quando desviamos nosso olhar da narrativa como um entretenimento.

A dissimulação atua de grande forma em nosso objeto quando Stephenie Meier transforma seus vampiros em heróis e lhes arranca uma visão clássica que temos de classes dominantes, onde as pessoas são destacadas das outras e são vista de baixo para cima numa forma pejorativa. Assim, na trama não vemos essa relação de dominação que ocorre pelos atributos como dinheiro, beleza e força justamente por que eles são vistos como heróis e protagonistas do bem. Quando falo de vampiros, falo da família *Cullen* e não me refiro ao outro enredo vampírico que inclui James, Laurent e Victória esses são vilões, e em sua imagem não é usada nenhuma dissimulação.

Assim, ao falar na utilização de atributos do bem na narração em cima de Edward Cullen e sua família, falo praticamente de trechos como este:

Eu não hesitei dessa vez, entrando no lado do passageiro rapidamente, tudo pra ver o rosto dele mais rápido. Ele mostrou seu sorriso torto pra mim, parando minha respiração e meu coração. Eu não conseguia imaginar como um **anjo** poderia ser mais **glorioso. não havia nada nele que pudesse ser melhorado.** (MEYER, 2006, pág. 110, grifo nosso).

Como também nessa parte:

E então eu sabia que estava morta. Porque, pela água pesada, eu ouvi o som de um **anjo** chamando meu nome, me chamando para o único céu que eu queria."Ah, não, Bella, não!", a voz do **anjo** chorava horrorizada. (MEYER, pág. 206, grifo nosso).

A palavra “anjo” representa exatamente os atributos aos quais me referia. O estatuto divino dado pela protagonista à Edward Cullen nos mostra como a narrativa busca suavizar a visão de classe superior e dominante que recai nas costas dos vampiros. Quando lemos a frase “ não há nada nele que pudesse ser melhorado” (pág.206) vemos que a narradora busca transparecer, aos olhos da protagonista Bella Swan, um caráter de perfeição atribuído ao vampiro principal da trama. Essa característica acaba transformando nosso personagem numa composição onipotente de várias maneiras e que indica uma visão de classe superior ou dominante. Certamente de uma forma suave, discreta e quase não percebida, como é uma dissimulação.

A dissimulação, conforme Rocha (pág. 42), ainda pode atuar de três formas diferentes, como um deslocamento, uma eufemização ou como um tropo. O deslocamento refere-se à forma de “transferir o sentido de um termo para o outro, assim as características inerentes a determinada circunstância passam a figurar em outro lugar.” (ROCHA, 2008, pág. 42). Isso ocorre em *Crepúsculo* de forma constante pois os vampiros não possuem a característica histórica e ficcional de serem maus. Depois de lermos o livro temos uma idéia diferente da raça vampiriana, não mais a clássica de monstro.

A eufemização é algo que já tínhamos verificado anteriormente e consiste no ato de atenuar através do discurso, determinada circunstância, cujo significado seja negativo. (*Ibidem*, pág, 42). Assim, como já havíamos dito, o discurso de Meyer trata dos vampiros da narrativa de forma que eles apareçam como criações perfeitas e com índole bondosa e não maléfica como os vampiros que estamos acostumados a imaginar em nossa visão particular e cultural:

Eu não hesitei dessa vez, entrando no lado do passageiro rapidamente, tudo pra ver o rosto dele mais rápido. Ele mostrou seu sorriso torto pra mim, parando minha respiração e meu coração. Eu não conseguia imaginar como um anjo poderia ser mais glorioso. não havia nada nele que pudesse ser melhorado. (MEYER, 2006, pág. 110,).

O tropo é o uso da linguagem figurada para esconder as relações de dominação. (*Ibidem*, pág 42.). Como já havíamos citado, a palavra “anjo”, usada metaforicamente, exemplifica essa constatação de Rocha. (*Idem* ao anterior).

3.2.3 Unificação

A Unificação é, ainda conforme Rocha, uma construção, no âmbito dos símbolos, de uma unidade que serve de ligação entre os indivíduos de uma coletividade.” (*Ibidem*, pág. 42 - 43). Na narrativa já havíamos notado o aspecto estético que faz parte do coletivo vampírico e isso acaba sendo uma padronização coletiva como explica Rocha. Todos os vampiros descritos por Meyer são extremamente belos como explica a história e todos incluem-se nesse padrão estético.

Assim como vemos nesse trecho:

Eu os olhava por que seus rostos, tão diferentes, tão iguais, eram todos devastadoramente, inumanamente lindos. Eram rostos que você nunca espera encontrar além de, talvez, nas páginas editadas de uma revista de moda. Ou pintadas por um dos velhos mestres como a face de um anjo. (MEYER, 2006, pág. 9).

A descrição simbólica de Meyer transfere a seus personagens uma padronização estética única e mais uma vez utiliza o termo angelical, o que soa irônico numa visão cultural em que vemos os vampiros como seres sombrios e não como anjos.

3.2.4 Um *Crepúsculo* a serviço do poder

Eu dei ignição no motor barulhento, ignorando as cabeças que viraram em minha direção e dei ré cuidadosamente e entrei na fila de carros que esperava para sair do estacionamento. Enquanto eu esperava, tentando fingir que o barulho ensurdecido estava vindo do carro de outra pessoa, eu vi os dois irmãos Cullen e os dois gêmeos Hale entrando no carro deles. Era um **Volvo** novinho em folha. É claro. (MEYER, 2006, pág. 15, grifo nosso).

Thompson, caracterizando ideologia, em contra pontos com Marx acaba definindo:

A conceitualização de ideologia passa pelas maneiras como o sentido pode estabelecer e sustentar relações de dominação. Desse modo, estabelecer significa, inclusive, instituir essas relações e sustentá-las por meio de um processo contínuo de produção e recepção de formas simbólicas. (THOMPSON *apud* ROCHA, 2008, pág. 46).

O teórico britânico condenava a visão de Marx por este excluir as formas simbólicas de sua análise. Em nosso caso, trabalhamos especificamente com uma fonte intensa de símbolos, como é um livro.

Todos os modos operacionais que citamos auxiliam na construção simbólica do sentido a serviço do poder. Assim:

A análise da ideologia como um aparato teórico voltado para a importância da mobilização do sentido nas formas simbólicas aponta para uma perspectiva da potencialidade ou dos efeitos da literatura na

sociedade – aos moldes da estética da recepção – do que para a concepção clássica da literatura como um reflexo da sociedade. (Ibidem, pág. 47).

Desse modo, temos a literatura não como apenas um reflexo da sociedade mas também como construtora dela. Também não devemos levar em conta somente a literatura nessa reflexão mas também diversos aparatos simbólicos que constroem simbolicamente nossa sociedade e sustentam relações de dominação e poder.

Colocando nosso objeto de análise a prova, vemos que *Crepúsculo*, além do entretenimento romântico que possui, busca sustentar os pilares do poder econômico atual. Como já citamos, a literatura se constrói e também constrói a partir dos laços simbólicos e culturais da própria sociedade. Desse modo, o texto de Meyer se alimenta de processos reais da cultura e sociedade preservando-os, como também cria laços simbólicos de dominação através dos significados que a família Cullen traz consigo em sua estrutura e posição dentro da narrativa.

Toda a estrutura de sustentação da qual falo é vista através do aparato promocional e de luxo que os vampiros refinados possuem. Isso acaba incluindo os carros importados, a mansão em que moram, as roupas que usam e também as descrições estéticas que a narrativa acaba não poupando meias palavras. Toda essa parafernália encontrada em *Crepúsculo* intensifica a afirmação de que nosso objeto é um construtor simbólico do qual incluí na sociedade uma estratégia de sustentação de poder, tal qual como descrita por Thompson em suas reflexões sobre Ideologia.

Não foi em vão nossa reflexão com José Fiorin, de modo que ele nos deu uma prévia do que poderíamos ver quando colocássemos nosso estudo em frente à Ideologia de Thompson. Quando falávamos em classe dominante e classe dominada pensávamos exatamente como o teórico já refletira antes numa consequência dos meios simbólicos, que se implantavam numa nova sociedade que presenciava o nascimento da era industrial. Sendo assim, Meyer, em nossa leitura e análise, transforma, de maneira considerável, seu livro em um complexo simbólico que transcreve relações de dominação. Apesar de vermos, no linear do romance, que os vampiros mantêm uma relação normal com os humanos, a

diferença de classe apresenta-se muito clara em todo o texto de *Crepúsculo*. Dessa forma:

Eu dei ignição no motor barulhento, ignorando as cabeças que viraram em minha direção e dei ré cuidadosamente e entrei na fila de carros que esperava para sair do estacionamento. Enquanto eu esperava, tentando fingir que o barulho ensurdecedor estava vindo do carro de outra pessoa, eu vi os dois irmãos Cullen e os dois gêmeos Hale entrando no carro deles. Era um Volvo novinho em folha. É claro. (MEYER, 2006, pág. 15).

Ter um Volvo novo não é, hoje em dia e talvez nunca tenha sido, uma posse qualquer, diga-se de passagem. Então, vemos que o simbólico e os significados que obtemos da leitura e análise de *Crepúsculo* trazem consigo uma carga ideológica de grande intensidade, principalmente quando encontramos marcas e produtos da vida real dentro de uma narrativa fictícia.

4. *Merchandisings* Literários

4.1 O embaralhamento de discursos em *Crepúsculo*

Eu decidí que devir ir dormir mais cedo naquela noite. Charlie continuou cuidando de mim ansiosamente, e isso estava me deixando nervosa. Eu parei no caminho pra pegar três **Tylenol** no banheiro. Essa foi a primeira noite que eu sonhei com Edward Cullen. (MEYER, 2006, pág. 31, grifo nosso).

Num primeiro instante, nesse capítulo iremos estudar a polifonia discursiva presente no texto *Crepúsculo*. Esse embaralhamento discursivo, por vezes promocional, é uma técnica estratégica já muito usada na televisão e no cinema mas que, agora, busca uma nova vazão dentro de um meio nada usual para fins comerciais e ideológicos como o livro.

Para nossa análise nesse ponto vamos nos embasar em Maria Lília Dias de Castro, que nos traz perspectivas muito pertinentes no que diz respeito á noção de embaralhamento de discursos no meio televisão. Faremos, então, uma aproximação de suas reflexões para o nosso objeto, onde poderemos usufruir de suas pontuações sobre essa distorção dentro da comunicação. Assim, Dias de Castro nos diz:

Entre as novas formas de dizer o produto, o embaralhamento aparece como uma das estratégias de maior eficácia (princípio da eficácia de Greimas), pois ele é responsável por surpreender o telespectador (leitor), por atrair sua atenção. (Dias de Castro, 2008, pág. 47)

Assim, podemos entender que a comunicação traz, no embaralhamento de planos e discursos, uma forma de surpreender o público que está diante do meio e então buscar a conquista de suas vontades ou divulgar idéias e ideologias. Em *Crepúsculo* é um tanto óbvia essa distorção, pois temos um plano ficcional que é extremamente decorado com signos da realidade social atual. A própria história acontece em um local real, a cidade de Forks (Washington), nos Estados Unidos,

existe realmente e todas as suas características são fielmente representadas por Stephenie Meyer, como sua pequena extensão e seus dias de chuva intermináveis. Por vezes, é difícil separar os dois planos, já que, muitas vezes, temos mais representações de signos reais do que signos da esfera ficcional. Estes elementos aproximativos existem com a finalidade de atribuir maior verossimilhança ao texto, isto é, incorporar ao universo ficcional traços do mundo factual conferindo familiaridade ao leitor no que se refere ao texto lido.

Sendo assim, quando adentramos na parte comercial da história podemos compreender os esboços feitos antes. Dias de Castro, através de suas análises, diz que os meios simbólicos como a televisão, ou no nosso caso, o livro, amparam-se intensamente em duas dimensões. A autora classifica a primeira como uma dimensão comercial, ou seja, para a explicitação de produtos, serviços ou marcas reais. A segunda dimensão chamaremos de simbólica, a que traz a construção poética ou exploração da fantasia. (Dias de Castro, 2008, pág.42). Tais planos exemplificados pela autora transferem ao nosso trabalho um embasamento muito forte, pois intensifica a idéia de mistura de planos e também contribui para nossas reflexões seguintes.

Quando pensamos na dimensão comercial, obviamente nos vêm ao pensamento as marcas que encontramos em *Crepúsculo* no linear de sua leitura. Meyer busca a exaltação das marcas do plano real no desenrolar ficcional da história. Mas também a autora nos alerta para a “introdução de novos hábitos e comportamentos”. (Dias de Castro, 2008, pág.42). O que nos é muito pertinente, no momento em que nossa busca também perpassou os caminhos da ideologia e suas representações dentro de nosso objeto de estudo. Então, na dimensão simbólica, a decoração dos objetos comerciais com discursos de origem artística, no sentido de mascarar o que realmente se propõe definiremos como simbólico toda dimensão textual que narra *Crepúsculo*. O questionamento a esta afirmação deteriora-se no momento em que afirmo que as marcas e ideologias do livro possuem um envolto simbólico, ou seja, toda a narrativa é uma forma de poetizar e mascarar a intenção de divulgação dos objetos comerciais da realidade. Sendo assim, a segunda dimensão de Maria Lília encontra-se em toda a narrativa de *Crepúsculo*, pois como forma literária, encarrega-se de tornar menos sólido o

sentido que nasce dos *merchandisings* encontrados na leitura da obra. Assim, Dias de Castro conclui meu pensamento antes exposto:

Assim, a construção promocional opera na tensão entre a declaração e o mascaramento: existe, de um lado, a vontade e a necessidade de atingir os objetivos em relação à venda de produtos e serviços ou difusão de valores; e, de outro, o mascaramento dessa intenção, através de uma ação por vezes difusa, que tem por finalidade cativar e sensibilizar o público. (Dias de Castro, 2008, 43).

Acredito que o *Crepúsculo*, por si só, acaba sendo uma inevitável forma de cativar seu público, sendo que as marcas já ficam muito bem simbolicamente representadas.

No decorrer de nosso diálogo com Dias de Castro, encontramos muitas pontuações importantes para a análise de nosso objeto. Uma delas a autora classifica como engano consciente, ou seja, “por mais que o público reconheça a centralidade da venda de produtos e serviços ou na difusão de valores ele se deixa envolver pela proposta.” (DIAS de CASTRO, 2008, pág. 43). Assim, como na poesia nos deixamos envolver pela métrica e pelo ritmo do texto, em *Crepúsculo* adentramos de tal maneira na trama que as formas promocionais que encontramos não nos surpreendem como deveriam, pois, incentivada pela ficção, nossa leitura percorre pelas marcas de forma comum, deixando de lado essa mistura básica entre ficção e realidade.

Dessa forma, nossa reflexão atravessa a operação de *deslocamento* que busca o desligamento do pensamento cognitivo do público leitor. Assim como nos diz Dias de Castro:

Diz-se, aliás, que esse tipo de produção age sobre o indivíduo na tentativa de afastar dele a possibilidade consciente para assim garantir a adesão ao que a ele é ofertado. No fundo o que ela pretende é o movimento manipulatório para aplacar a tendência crítica cognitiva. Predominantemente explora a fantasia, o espetacular, a idealização. (DIAS de CASTRO, 2008, pág. 43).

Como vimos, as reflexões da autora apóiam nossas análises na medida em que estamos trabalhando simultaneamente com a fantasia e com a idealização. O nosso objeto mostra-se como uma fusão entre fantasia e realidade que caminha junto a um processo de idealização, com o interesse de afastar a tendência crítica do leitor.

O livro *Crepúsculo* ainda passa por um movimento descrito por Dias de Castro como repetição e inovação, que é muito comum nas formas televisivas convencionais e que em nosso estudo acaba, também, transparecendo. Segundo a autora, este movimento caracteriza-se pela publicidade em uma forma de “trazer o novo sem abdicar do mesmo, ela se situa no limiar entre aquilo que é inédito, diferente, novo, e aquilo que dela se espera, o procedimento previsível.” (DIAS de CASTRO, 2008, pág. 44). Ou seja, *Crepúsculo* nasce da premissa de ideais básicos e banais como família, beleza, poder e riqueza, expressados numa estrutura nova como a narrativa de Stephenie Meyer e seu *Crepúsculo*.

Portanto, através de várias estratégias, como os descritos, nosso objeto de estudo busca suavizar uma proposta tanto comercial quanto ideológica. Se de um lado a narrativa do livro comunica marcas do mundo real aos leitores, do outro expressa ideais sólidos de família, amor, riqueza, luxúria e poder. Isso acaba por linear uma narrativa nada inofensiva e nos impulsionar a chegar, finalmente, a analisar mais de perto as marcas encontradas em *Crepúsculo*

4.2 Literatura e Publicidade: Um mundo publicitário em *Crepúsculo*

Então eu percebi que eles não estavam cercando o **Volvo**, na verdade eles estavam cercando o conversível vermelho de Rosalie, cheios de luxúria nos olhos. Nenhum deles sequer olhou pra Edward quando ele passou para abrir a porta dele, eu também entrei rapidamente no carro, também passando despercebida.

"Ostentação", ele cochichou.

"Que carro é esse?", eu perguntei.

"Um M3 ?"

"Eu não falo essa língua".

"É uma **BMW**", ele revirou os olhos, sem olhar pra mim, tentando dar a ré sem atropelar os entusiasmados por carros. (MEYER, 2006, pág. 10, grifo nosso).

Como já havíamos dito anteriormente, um merchandising literário é uma fusão, dada a partir de uma reflexão que tivemos com Maria Lillia Dias de Castro. Onde o utilitário e o expressivo trabalham juntos na perspectiva de elucidar o poder econômico e o olhar comercial em que não só *Crepúsculo*, mas a diversidade dos meios simbólicos buscam o intuito de publicitar e vender, seja um produto, uma marca, uma idéia ou uma ideologia.

Portanto, nesse capítulo nossa intenção é nos utilizarmos de ambas as teorias que trabalhamos e das reflexões que tivemos até aqui para então chegarmos(ou não) onde pretendíamos desde a elaboração desse estudo. Poderemos, dessa forma, colocarmos as marcas encontradas nos livros e partirmos para as reflexões conversando com ambos os autores já trabalhados em nosso percurso.

4.2.1 Chevrolet

Aqui, iremos analisar o primeiro *merchandising* encontrado em nossa leitura. Refere-se à uma marca muito conhecida de automóveis, a Chevrolet. Na parte textual recortada, Charlie, pai da protagonista Bella Swan, lhe dá de presente seu primeiro carro, uma caminhonete Chevrolet usada que havia comprado de um amigo, logo quando ela chegara de Chicago para morar na cidade chuvosa de Forks:

Achei um bom carro para você, bem barato. — ele anunciou quando já estávamos no carro.

— Que tipo de carro? — achei suspeito a maneira como ele disse "carro bom para você", ao invés de só "carro bom".

— Bem, na verdade é uma caminhonete, um Chevrolet.

— Onde o achou?

— Lembra-se de Billy Black, de La Push? — La Push é a pequena reserva indígena na costa.

— Não.

— Ele costumava ir pescar conosco no verão. — Charlie ofereceu ajuda. Isso explicaria porque eu não lembrava dele. Me dou bem em bloquear da minha memória coisas dolorosas e desnecessárias.

— Ele está numa cadeira de rodas agora — Charlie continuou quando não respondi — então não pode dirigir mais, por isso se ofereceu para vender a caminhonete bem barato.

— De que ano é? — pude ver pela mudança de expressão que essa era uma pergunta que ele esperava que eu não fosse fazer.”

— Bem, Billy trabalhou bastante no motor - só tem alguns anos. Esperava que ele não fosse achar que eu desistiria assim tão fácil. — Quando ele comprou a caminhonete?

— Acho que foi em 1984. (MEYER, 2006, pág. 4).

Neste diálogo podemos perceber que a marca é vista como algo relativo a experiência. Podemos entender claramente que a relação da marca com a personagem da vasão a uma idéia de “bom primeiro carro.” O fato do carro já ser usado comprova o sentido de experiência que comentamos. Num segundo momento percebemos o que podemos ver desde a primeira vez que nos deparamos com as marcas. Que nossa autora poderia usar simplesmente: “bem na verdade é uma caminhonete.” Ao invés disso ela insere uma marca que já é bem consolidada no mercado auto-mobilístico. O que nos dá a impressão de que não foi por acidente e exemplifica o embaralhamento de Dias de Castro que trabalhamos no começo deste estudo. O ato de misturar o fato do primeiro carro, que preservasse no âmbito fictício, dentro da narrativa de Meyer, e colocar a metade real de nossa fração com a marca Chevrolet.

Deste modo, Thompson pode nos ajudar a elaborar meu raciocínio ao pensar esse fragmento de *Crepúsculo* atrelado às teorias ideológicas refletidas em Ideologia e Cultura Moderna. Dessa forma, o autor indaga:

As ideologias, em seu modo de entender, não seriam sistemas seculares de crenças de algum tipo específico: ao contrário, elas seriam doutrinas abrangentes, totalizantes, que oferecem uma visão coerente do mundo sócio- histórico e que exigem um alto grau de ligação emocional.(THOMPSON, 1995, pág. 111).

Portanto, quando pensamos anteriormente em um ritual como o primeiro carro, Thompson nos traz uma reflexão interessante sobre Ideologia como uma doutrina extremamente ligada a fatores emocionais. O nome doutrina, também nos ajuda a esclarecer que o fato ocorrido na narrativa é imprescindivelmente cultural.

E, posteriormente, poderemos ver claramente as relações de dominação através dessa reflexão de Rocha que cito a seguir:

Para entender até que ponto o sentido pode servir para estabelecer e sustentar relações de dominação é preciso verificar as vinculações existentes entre sentido e poder em circunstâncias da vida social. (ROCHA, 2008, pág. 46).

Meu pensamento se tornará mais claro a partir de outros *merchandisings* que analisarei, no momento a seguir.

4.2.2 Mercedes, Porsche e Volvo

Vejamos agora uma situação contrária, dentro da narrativa, em que são citados três marcas de automóveis que vão claramente em oposição a outra que já citei. Se bem lhes lembro, a caminhonete Chevrolet que Bella ganhara era usada, de 1984. Pois então, nesse novo trecho onde ela cita o estacionamento de sua escola vemos uma diferença de classes expressada, novamente, pelo setor automobilístico:

Quando cheguei de volta na caminhonete, outros alunos começavam a chegar. Fui atrás do tráfego, contornando a escola. Fiquei feliz ao ver que a maior parte dos carros eram velhos como o meu, nada muito chique. Em casa eu morava num dos poucos bairros de classe baixa que estavam incluídos no Distrito Paradise Valley. Era comum ver um Mercedes ou Porsche novo no estacionamento dos alunos. O carro mais legal aqui era um brilhante Volvo, que se sobressaia. (MEYER, 2006, pág. 7).

Temos três marcas do setor auto-mobilístico que expressam posses de classes altas da sociedade. Ambas as marcas do trecho pertencem à classes dominantes. Porém, as duas primeiras, que são Porsche e Mercedes, segundo a

protagonista, fazem parte do estacionamento da escola antiga. Então ela cita que apenas um Volvo se sobressaia perante aos outros carros. Esse Volvo é da oposição que nos refiríamos antes, do vampiro Edward Cullen. Quando refletíamos sobre as principais oposições semânticas de Fiorin, chegamos à classe dominada e classe dominante. Fica claro que desde as primeiras páginas do livro a duas classes ficam bem traçadas e em momentos seguintes da narrativa de Stephenie veremos que isso apenas fica mais definido.

4.2.3 *Sports Illustrated*

A *Sports Illustrated* é uma edição especial de fatos de banho¹ publicada anualmente pela revista norte-americana de verão *Sports Illustrated*. A edição dessa revista é aguardada com expectativa todos os anos e é caracterizada por apresentar modelos em fato de banho fotografadas em locais exóticos de qualquer parte do mundo. O nome dessa revista é citado pela protagonista quando ela encontra os vampiros pela primeira vez, no refeitório de sua escola:

As garotas eram opostas. A mais alta era maravilhosa. Ela tinha uma silhueta linda, do tipo que se vê na capa da revista *Sports Illustrated*, na edição de roupas de banho, e daquelas que fazem as outras garotas se sentirem mal consigo mesma só por estarem na mesma sala. O cabelo dela era dourado, gentilmente balançando até o meio das costas. (MEYER, 2006, pág. 9).

Ela faz menção à Rosalie Cullen e a compara a mulheres que saiem nesta revista muito famosa nos Estados Unidos. Quando objetivamos que efeitos de sentido temos a partir desse trecho partimos automaticamente para as relações estéticas, de forma que essas relações estéticas já foram exautadas em nosso capítulo sobre Fiorin, onde coloquei as principais diferenças entre humanos e vampiros que eram expressas em *Crepúsculo*. Como podemos perceber, o livro, no

¹ A primeira edição foi publicada em 1964, trazendo na capa uma modelo em biquini. A edição que recebeu mais cartas foi a de 1978 e a mais vendida foi a edição comemorativa do 25º Aniversário, em 1989 com Kathy Ireland na capa. (wikipedia)

linear de sua estrutura textual e narrativa, cria oposições principalmente referentes a posses, ou seja, numa índole econômica, e também referentes a força e beleza, como presenciamos agora.

A referência de beleza com a marca da revista cria uma abstração comum dentro de aspectos estéticos. Ou seja, a cultura americana conhece a revista e logicamente faz a ligação, de forma automática, da personagem Rosalie com as belas mulheres da revista. Isso nos ajuda na idéia que tínhamos do livro fazer feições de classes dominantes, de força e de beleza aos vampiros da série. Os referenciais de beleza fazem parte dessa idéia apresentam-se muito seguidamente na sequência da história entrelaçados aos vampiros.

4.2.4 *Thriftway*

A próxima marca encontrada faz referência a um tipo de super mercado do leste de Seattle chamado *Thriftway*, que provavelmente possui uma filial em Forks, cidade onde acontece a história.

Charlie não sabia cozinhar nada além de ovos fritos e bacon. Então eu pedi pra tomar conta dos detalhes da cozinha enquanto durasse a minha estada. Ele ficou feliz o suficiente pra me passar a chave da sala do banquete. Então eu estava com a minha lista de compras e o dinheiro do jarro no armário onde havia DINHEIRO DA COMIDA escrito, e estava á caminho da *Thriftway*. (MEYER, 2006, pág. 15).

Seguindo:

A *Thriftway* não era longe da escola, só algumas ruas ao sul, fora da estrada. Era bom!
Estar dentro do supermercado; parecia normal. Eu fazia as compras em casa, e me moldei aos padrões da tarefa familiar alegremente.
A loja era grande o suficiente pra me fazer não ouvir a chuva no telhado e esquecer de onde eu estava. (MEYER, 2006, pág. 15).

Podemos ver que *Crepúsculo*, mesmo fazendo extremas referências a dominação econômica e estética, cria alusões da classe média, ligando Bella a função comum de ir a um super mercado.

4.2.5 O morro dos ventos uivantes

Aqui temos aquilo que chamamos de meta-linguagem. A literatura dentro da própria literatura. Bella Swan faz menção a literatura de Emily Brontë, “O Morro dos Ventos Uivantes”, a qual precisa ler para uma aula da escola. Eis o trecho de *Crepúsculo*:

Eu decidí ler O MORRO DOS VENTOS UIVANTES-o romance que estamos estudando atualmente em Inglês- de qualquer forma era só pela diversão,e era isso que eu estava fazendo quando Charlie chegou em casa. Eu perdi a noção do tempo,e corri para tirar as batatas do forno e colocar o bife pra grelhar. (MEYER, 2006, pág. 16).

Entendemos como meta-linguagem a referência feita no trecho citado. Claro que não podemos ver nenhum teor comercial ou de cunho ideológico como as outras referências anteriores mas obviamente aqui ainda temos o embaralhamento de planos que Dias de Castro já havia nos alertado. *Crepúsculo* faz menção à uma literatura muito conhecida tanto aqui no Brasil como em outros países. Ou seja, podemos perceber uma mistura de planos mas ao mesmo tempo temos o livro citando o livro, o que pode parecer redundante, mas ainda sim causa surpresa da mesma forma como o embaralhamento sempre nos traz.

4.2.6 Volvo e Toyota Corolla

Mais uma vez temos a vislumbração do setor auto-mobilístico, e num nicho de classe alta, como anteriormente. Passamos ao trecho para que possamos refletir de forma mais concreta:

Eu olhei ao redor pra ter certeza de que o caminho estava limpo. Foi aí que eu ví a figura ereta,branca. Edward Cullen estava enconstado na porta do seu Volvo á três carros de distância de mim e olhando atentamente na minha direção. Eu rapidamente olhei pra longe e dei a ré na caminhonete quase batendo num Toyota Corolla na minha pressa. (MEYER, 2006, pág. 24).

Agora podemos ver a primeira marca, Volvo, ligada ao enredo dominante da narrativa, ou seja, ligada a Edward Cullen. Num sistema de posse, onde no trecho há: “ encostado em seu Volvo” (idem ao anterior), vemos mais uma vez as relações de dominação, sustentadas pelo simbólico da narrativa que usa ambas as marcas de carros de forma que eles representam classes com posses econômicas relativamente altas.

4.2.7 Volvo

A maior intensidade de *merchadisings* ocorrem através desta marca de carro. Mais precisamente, desenove vezes onde, na maioria delas, o atributo “brilhante” é citado ao lado da marca. Vejamos um dos exemplos:

Mas a sua caminhonete consegue chegar até lá com um tanque de gasolina?" Ele acompanhou o meu passo de novo. Eu não vejo como isso pode ser da sua conta." Estúpido dono do Volvo brilhante.
"O desperdício de bens findáveis é da conta de todo mundo."
"Honestamente, Edward",eu senti uma alegria percorrer meu corpo quando eu disse o nome dele. "Eu não consigo te acompanhar. Eu pensei que você não queria ser meu amigo. (MEYER, 2006, pág. 39).

Assim, obtemos, nesse trecho, a questão de um engradecimento da marca dentro da narrativa. Apesar de ser simples, o atributo brilhante deixa o carro, simbolicamente, melhor e mais formoso no imaginário do leitor.

Dessa forma, vemos que os automóveis são os objetos que mais sustentam, de forma simbólica, os sentidos de poder dentro da trama. Sendo que os demais *mechandisings* servem para criar a oposição de classes e de oposições semânticas como fraqueza e força assim como veremos a seguir.

4.2.8 Tylenol

O *merchan* que refletiremos nesse momento traz a tona, novamente, nosso teórico José Fiorin. Assim como já hávamos encontrado no esqueleto narrativo do livro as oposições semânticas mais visíveis em nossa leitura, a referência da marca de remédio faz alusão à fraqueza, e principalmente à fragilidade do ser humano. Ou seja, duas das oposições se oferecem a nós nesse trecho de *Crepúsculo*:

Eu estou bem. Eu assegurei pra ele. Não tinha porque dizer pra ele que os meus problemas com o equilíbrio não tinham nada a ver com o fato de eu ter batido com a cabeça.
Tome Tylenol para a dor" ele sugeriu enquanto me sustentava.
Não dói tanto, eu insisti. "Parece que você teve muita sorte, Dr. Cullen disse enquanto assinava a meu quadro com um gesto floreado. (MEYER, 2006, pág. 29).

Analisando as frases, vemos dois personagens. Bella Swan e Dr. Carlisle Cullen, médico cirurgião de Forks. O diálogo ocorre após Bella sofrer um pequeno acidente no carro de Edward. O remédio referido é usado pra dores de cabeça, e o principal aqui não é só a marca e sim ao que ela faz ligação. Como já disse, esse merchandising comprova nossas afirmações de fraqueza e humanidade de um lado da moeda de *Crepúsculo*. Ou seja humanos e vampiros e força e fraqueza estão condensados ali, naquele trecho de Meyer.

Outro fato interessante que entra mais num processo promocional é a questão de um lado do diálogo estar um médico, ou seja, alguém atestado para dizer o que disse e de outro lado alguém que está precisando de orientação médica. Talvez pudéssemos comparar seus conselhos como um testemunhal, muito utilizado na tv.

Portanto, resgatei antes os principais *merchandisings* da narrativa, sendo que em algumas vezes a marca se repete em algum momento do livro, assim como Volvo e o próprio Tylenol. Então, o que vimos aqui talvez baste para podermos chegar as considerações de nossa reflexão de forma que consigamos tirar algumas idéias conclusivas de nosso trabalho.

5. Considerações Finais

Podemos dizer que o livro *Crepúsculo*, a partir das análises feitas com o auxílio de Fiorin, Thompson, Marcelo Rocha, dentre outros autores, atesta uma ideia de que a narrativa que o envolve busca, aleatoriamente, componentes simbólicos que sustentam e preservam relações de dominação e poder.

Numa primeira instância, quando buscamos Fiorin e fizemos um traçado semântico pela narrativa, percebemos, num viés estruturalista, que a história e suas demonstrações simbólicas traziam uma oposição que dava vazão a várias outras, ela configurava-se em humano e vampiro. E dessas oposições nasceu um raciocínio que imaginara o livro como um legitimador de relações de poder. Assim, de um lado tínhamos os fortes, do outro tínhamos os fracos. De um lado uma classe dominante, do outro uma dominada, e assim por diante. E o grande intuito de construir esse esqueleto imagético, foi de pensar nele como um divisor entre os *merchandisings* que encontramos no livro. Por um lado, as marcas que representam o poder, o dinheiro, a luxúria. De outro, marcas que sustentam o simbólico da classe média, da fraqueza, da fragilidade humana.

Num outro momento, *Crepúsculo* se apresenta como um romance moderno de ficção, em que traz em suas estruturas narrativas uma história de amor entre duas personagens distintas: uma humana e um vampiro. Porém, em nossa análise percebemos que Meyer buscou representar muito mais que isso em suas palavras, muito bem colocadas em suas páginas. Como falamos em embaralhamento de discursos e planos, no momento que refletíamos com Maria Líllia, pensamos em nosso objeto como um baralho de jogo. Várias cartas, com diferentes propósitos, misturadas com a finalidade de confundir o raciocínio lógico do jogador. Se um baralho viesse sempre numa mesma sequência, seria fácil ganhar o jogo e tudo perderia a graça. Pois bem, Bella Swan e seus vampiros trazem um mundo ficcional, onde a fantasia vampírica toma vida e num mesmo instante a história transmite muito do plano real, daquilo que vemos e convivemos todo dia. Marcas, produtos e ideais são narrados e entrelaçados com os personagens da história. Numa forma nada inocente, é claro. Então, com o baralho misturado é fácil confundir o leitor que espera uma carta porém ganha outra. O que quero dizer, é

que lemos um livro sem nos preocupar em encontrar uma marca, um produto, um ato comercial ou ideológico de qualquer índole. Portanto, o primeiro passo do jogo é bem realizado por *Crepúsculo*.

Esse jogo de dualidades constroem, de certa forma, uma base para que muito daquilo que é ideológico e oculto dentro da narrativa seja inserido de forma discreta e ficcional. Quando pensamos em discrição, fazemos referência, também, aos outros meios simbólicos capazes de criarem essa relação de poder e dominação na sociedade. Então como vimos muito dessa fórmula de mascaramento ou ocultamento, se dá por aquilo que Dias de Castro destaca como deslocamento, onde há um desvio cognitivo, um bloqueio consciente que busca afastar do leitor sua capacidade de discernir o ato promocional na narrativa lida. Assim, podemos ver que Maria Lília e Fiorin se articulam adequadamente, consideravelmente, pelo menos em nossa análise e nas perspectivas que tomamos.

A busca por José Fiorin apoia-se na premissa do estrutural ou do estruturalismo, como preferirem. Como nosso objetivo era buscar uma reflexão em Thompson numa fase posterior, precisávamos de um percurso de estudo que pudesse fazer uma análise de discurso adequada e que também dialogasse com Thompson e servisse de fôrma para seus estudos sobre o campo da ideologia. E como vimos, Fiorin criou um caminho para que pudéssemos buscar Thompson e para que suas teorias não ficassem perdidas em nossa análise. Do modo contrário, Thompson traz aquilo que Fiorin, talvez, não encontrasse sozinho, um estudo sobre o discurso simbólico que nos ajuda a entender como a ideologia configura-se, através de seus modos operacionais, nas páginas estudadas, de forma que conseguimos identificar várias ideias do autor que se apresentam-se na narrativa.

Por meio do autor britânico, nossa visão sobre o texto de *Crepúsculo* toma uma forma social, com o intuito de encontrar as relações de dominação que Thompson afirma. Assim, o caminho que trilhamos pelas oposições de Fiorin nos levaram à divisão de classe em *Crepúsculo* e conseqüentemente a efeitos de sentido que nos induziram a concluir que sua história busca elementos simbólicos que sustentam as relações de poder, principalmente no viés econômico.

O próximo passo seria intervir de forma a encontrar onde essas relações tomavam vida. Claramente, elas falam através do sistema de posse que há no linear narrativo do livro. Os carros são os objetos que mais representam nossa afirmação. Eles trazem a divisão que defendemos, a divisão de classe e assim, a sustentação do poder.

No percurso de nossos objetivos, as marcas, ou seja, o teor comercial do livro, representam e auxiliam essa relação dual entre classe dominante e classe dominada, sustentando as formas ideológicas que essa oposição opera. Um Volvo, por exemplo, é uma carta do baralho de *Crepúsculo* que, simbolicamente, traz essa bifurcação entre classes e vidas sociais dentro da história fictícia, mas que transparece uma perspectiva da realidade.

Encontramos, através de nossa leitura, marcas que representavam o simbólico da classe dominada. O uso de Tylenol apareceu como um símbolo de fraqueza, numa oposição referente à força e ainda fez um diálogo com um testemunhal, uma espécie de autorização de um médico para o uso do produto citado. Já uma marca de supermercados trouxe uma simbologia de classe média, representando uma atividade do cotidiano como ir a um mercado local. Isso acaba por nos ajudar a intensificar a ideia de dualidades que o livro possui.

Percebemos que a estética coletiva se apresenta como uma característica muito forte nos laços narrativos. O que sustenta essa afirmação, além da própria descrição dos vampiros na visão da protagonista Bella Swan, é o *merchandising* da revista americana *Sports Illustrated*, revista especializada em modelos de banho. Essa caracterização estética faz parte da sustentação dos ideais de uma classe superior com relação às outras.

O *merchandising* na literatura fazendo referência a própria literatura foi um ponto interessante em nossa análise. O Morro dos Ventos Uivantes, trazido por Bella na história, cria uma ligação simbólica da protagonista com o gosto pela leitura e pela literatura clássica. Ou seja, uma intervenção da autora de forma a dar uma “dica” de uma boa literatura de se procurar.

Quando intitulamos um dos subcapítulos de nosso trabalho de “Um *Crepúsculo* a serviço do poder”, não percebemos que, a partir de nossa análise junto a Thompson e Fiorin, a principal reflexão que poderíamos ter de nosso estudo seria que o livro, considerado um *Best-Seller* de Stephenie Meyer, é um meio, uma

forma de comunicação simbólica que traz em seus laços narrativos “cartas” que sustentam esse “jogo” de poder e criam ligações do plano ficcional com o real a fim de que essa comunicação, de que esse meio, seja interpretado pelos leitores como representações do real e traduzam reais relações de dominação e classes.

Tudo isso opera, como já havíamos refletido, nos modos operacionais da ideologia. Legitimação, dissimulação e unificação traduzem essa forma que a ideologia trabalha na história. O jogo de ocultar as relações de dominação por meio do entretenimento, atesta que *Crepúsculo* age, principalmente de forma dissimulada e nada inocente.

A perspectiva que tomamos nos trouxe a um caminho, trilhado através de Thompson, que confirmou a obra de Meyer como esse jogo simbólico, que comunica marcas e situações da vida real através de uma história ficcional de sucesso. Essa transfusão entre planos criou nossa pesquisa, que chega a essas últimas considerações atestando a afirmação que *Crepúsculo* trabalha junto a diversas mídias e meios como um pilar que sustenta as várias relações oposicionais e de poder que existem na sociedade contemporânea.

Espero que nosso estudo inicie esse novo campo simbólico, o qual as ideologias da pós-modernidade se apresentam na forma de marcas mercadológicas dentro de um livro, criando aquilo que chamamos de *Merchandisings* Literários, uma fusão entre literatura e publicidade mas que conseguimos ver que foi bem mais além do que uma simples junção de meios simbólicos, que transitou pelo campo da ideologia e análise do discurso e chegou às reflexões sobre a disputa de classes e ostentação do poder, do poder econômico, representado pelo vampiros da família Cullen.

Por fim, podemos dizer que nosso estudo foi além do romance e da história que estava escrita e inscrita nas páginas de *Crepúsculo*. Buscamos uma reflexão que se desprendia do eixo principal da narrativa, o romance entre Bella Swan e Edward Cullen, e tentamos encontrar aquilo que percebi em minha leitura na busca de autores que dialogassem com minhas ideias e hipóteses com relação a *Crepúsculo*.

Assim, acredito que através de minhas pesquisas e estudos sobre o *bestSeller*, pude encontrar ideias que representavam os autores dos quais trabalhei e que também vinham ao encontro com aquilo que meu estudo pretendia. Dessa

forma, amplio-me para possíveis estudos futuros na busca da não-estagnação do campo da comunicação e sim de sua evolução, como tentamos em nosso trabalho e continuaremos nas buscas e pesquisas posteriores para a literatura e publicidade.

REFERÊNCIAS

CASTRO, Maria Lilia Dias de. **Televisão: entre o mercado e a academia**: A inter-relação publicidade/televisão. Porto Alegre: Sulina, 2006.

EAGLETON, Terry. **Ideologia**: uma introdução. Trad. Silvana Viera. São Paulo: Boitempo, 1997.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2006.

MARX, Karl. “Dezoito Brumário de Luís Bonaparte “. Trad. Leandro Konder. In: **Os pensadores**. (XXXV) Marx. São Paulo: Abril, 1974.

MARX, Karl; ENGELS, Friederich. **O manifesto comunista**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

MEYER, Stephenie. **Crepúsculo**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2005

PINHO, J.B. **Comunicação em marketing**: Princípios da comunicação mercadológica. Campinas: Papyrus, 2001.

ROCHA, Marcelo da Silva. **No Reino da Serpente: Ideologia, Transgressão e Leitura em Pedro Juan Gutiérrez**. 2008

RICOUER, Paul. **Ideologia e Utopia**. Trad. Hilton Japiassu. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1988.

THOMPSON, J.B. **Ideologia e Cultura moderna**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.