

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UnB**  
**INSTITUTO DE LETRAS – IL**  
**DEPTO. DE LINGUÍSTICA, PORTUGUÊS E LÍNGUAS CLÁSSICAS – LIP**

Relações de poder no contexto das mídias digitais:  
o caso do vídeo comercial do "Google Chrome"

Larissa dos Santos Valente Costa      0734543

Profa. Dra. Viviane Vieira

Trabalho desenvolvido na disciplina Seminário de  
Português como requisito parcial para obtenção do  
Grau de Licenciada em Letras-Português

**Brasília, 06 de julho de 2014.**

## Resumo

Este trabalho introdutório analisa o comercial da empresa Google sobre o navegador "Google Chrome" (lançado em 29 de outubro de 2012 no canal oficial da Google Brasil, o vídeo tem duração de 48 segundos e foi distribuído pela internet com o título de "Google Chrome: Salvação"), buscando refletir sobre aspectos do uso da internet no século XXI, com base em pressupostos teóricos da Análise de Discurso Crítica (FAICLOUGH, 1992). Dentro da perspectiva da Análise de Discurso Crítica, a concepção de "liberdade", legitimada e disseminada pelas tecnologias da internet e a ideia de "livre consumo de informação" exercem pressão social para estarmos conectados à internet, sem termos a real liberdade de não participar do meio virtual.

**Palavras-chave:** Análise do Discurso Crítica; Mídias digitais; Internet.

## Abstract

This introductory work analyzes the commercial company on the Google browser "Chrome Gloogle" (released on October 29, 2012 at the official channel of Google Brazil, the video lasts 48 seconds and was distributed through the internet with the title "Google Chrome: Salvation"), trying to reflect about aspects of internet use in the XXI century, based on theoretical assumptions of Critical Discourse Analysis (FAICLOUGH, 1992). From the perspective of Critical Discourse Analysis, the conception of "freedom", legitimized and disseminated by the Internet technology and the idea of "free consumer information" making social pressure to stay connected to the internet, without having the real freedom not to participate in the virtual environment.

**Keywords:** Critical Discourse Analysis; Digital media; Internet.

## Apresentação

O presente estudo baseia-se nas proposições da Análise de Discurso Crítica (ADC) para compreender o caráter das relações de poder evidenciadas nas relações sociais que são mediadas pelo discurso.

A ADC proposta por Fairclough no livro *Discurso e Mudança Social* (1992) traz como objeto de estudo algo diferente da *langue* estudada por Ferdinand de Saussure (2000/1916). Isso se deu, pois o objeto de estudo da ADC está localizado em um lugar entre o sistema linguístico e o evento discursivo, ou seja, "o objeto de estudo da ADC não é a linguagem como estrutura (sistema semiótico), tampouco apenas como evento (texto), mas também como prática social" (Resende & Ramalho, 2011:41).

Adotando o caráter social do discurso, este trabalho o estudará, não como prática individual (como sendo a criação discursiva de um indivíduo), e sim como uma prática presente na relação entre as pessoas, onde "o discurso é socialmente constitutivo" (Fairclough, 1992:91).

Segundo Fairclough (1992:104) os indivíduos fazem escolhas dentro do sistema linguístico, e essas escolhas no modelo e na estrutura das orações proporcionam escolhas sobre o significado (e a construção) de identidades sociais, relações sociais e conhecimento e crença. Para Bakhtin (1992), existe uma ideologia do signo linguístico, parte constituinte de uma realidade, bem como é qualquer objeto material, porém a ideologia presente na realidade (natural ou social), além de fazer parte desta, remete a outra realidade que lhe é exterior. Dessa forma, "tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo o que é ideológico é um signo" (Bakhtin,1992:31).

Para Fairclough (1992:93) o discurso produzido pela sociedade não acontece aleatoriamente, mas origina-se ou transforma-se a partir de "uma prática social que está firmemente enraizada em estruturas sociais materiais, concretas, orientando-se para elas" (Fairclough, 1992: 93). Os discursos insurgem-se a partir de realidades concretas, atendendo a uma demanda social existente.

Escolheu-se a *internet* como tema fundamentador deste trabalho por ser o meio de comunicação que mais tem se disseminado entre as pessoas. Grande parte da população brasileira tem na internet base para vários aspectos da comunicação em seu cotidiano. Desde interações mais complexas, como analisar em tempo real dados em rede, até operações consideradas mais triviais, como mandar um *e-mail* ou verificar um tutorial de culinária. A

definição de *internet* pelo dicionário HOUAISS (2009:1098) apresenta-se como uma "rede de computadores dispersos por todo o planeta que trocam dados e mensagens utilizando um protocolo comum, unindo usuários particulares, entidades de pesquisa, órgãos culturais, institutos militares, bibliotecas e empresas de toda envergadura". Complexo é ainda definir e/ou demarcar o real significado da palavra que vai além daquilo que é declarado no dicionário. Dessa forma, debruçamos este trabalho a fim de compreender o que compõe o imaginário sobre como a internet atua e como isso influencia a vida das pessoas e suas relações sociais.

Entendendo o caráter social que a internet representa para as pessoas, há de se levar em consideração a grande relação que podemos estabelecer entre a Análise do Discurso Crítica - que analisa as relações de poder em um contexto social a partir do discurso - e a internet, como meio onde se estabelecem relações sociais e, portanto, fundamentadora de ideologias. Porém, estudar o assunto *internet* é um desafio muito amplo por sua vastidão de possibilidades e complexidade de interações. Dessa forma, elegeu-se um vídeo<sup>1</sup> sobre uma propaganda de uso da internet a partir de um navegador específico, o Google Chrome da empresa Google, sobre o qual desenvolveremos reflexões mais específicas e que atendam ao interesse deste trabalho.

Sendo assim, um dos pontos de interesse deste trabalho está em reconhecer como as relações estabelecidas dentro da *internet*- tratando-as como produto social vinculadas ao cotidiano das pessoas - podem influenciar nos discursos ideológicos de consumo.

Primeiramente ao falarmos de consumo da/na *internet*, precisamos entender como o consumo como conhecemos atualmente constituiu-se. Segundo Engels (1985), em seu livro intitulado *A origem da família, da propriedade privada e do Estado* houve, em princípio, uma produção coletiva, onde o consumo era direto, os produtores eram senhores do processo de produção e senhores do produto, ou seja, eles sabiam o que produziam, quantificavam a sua necessidade e tinham todo o processo sob controle, o que já passa a não mais a ocorrer, porque lentamente a divisão do trabalho passa a ser introduzida nesse processo, ou seja, passa-se a ter maior especialização do trabalho.

A partir do advento das indústrias e da produção em larga escala ocorreu um apagamento das marcas de produção bem definidas de outrora, o que não deixa mais tão claro o que é consumido, por quem é produzido e a qual fim é destinado. O apagamento sutil de tais barreiras comerciais está atrelado a um discurso de liberdade de consumo - não somente de

---

<sup>1</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=58rocbXV2BM>

consumo de produtos e serviços, mas na ideia de liberdade de consumo e distribuição de informação, liberdade de opinião, criação e expressão - criando identidades sociais de consumidores mais direcionados a verificarem o que querem consumir (especificamente neste trabalho tratamos de consumo de informação, algo ainda não tão bem relacionado a um caráter mercadológico), porém este leque infinito de possibilidades de consumo só o direciona ainda mais para o próprio consumo. Sob a ótica da liberdade proposta pela *internet* como um instrumento globalizador que ultrapassa fronteiras, os indivíduos estão muito mais expostos aos interesses comerciais do mercado. Isso porque quando nos remetemos à Idade Média e a cultura de terra coletiva, não tínhamos a noção de sujeito como conhecemos hoje, não havia o individual, pois a terra e tudo o mais era para todos e de responsabilidade de todos. Após a Revolução Burguesa e a promessa de Liberdade, Igualdade e Fraternidade, muito mais voltada para os interesses capitalistas do momento do que necessariamente para a promoção do indivíduo, começou-se a dividir as terras, antes coletivas, e torná-las privadas. Com isso surge a noção daquilo que passou a ser individual e de uma riqueza que deveria ser protegida, pois já não era da comunidade.

Paralelamente, a noção de sujeito emergiu e passamos a ser caracterizados pela individualidade. Essa noção nos fazia ser diferente do outro de alguma forma. Após o surgimento do "sujeito" pode-se verificar a exposição excessiva deste onde, dentro do cenário da *internet* ele utiliza informações para si que são disponibilizadas "livremente" e estas informações servem como "moeda de troca" possível. O indivíduo tem a disposição uma infinidade de informação na "rede", mas para acessá-las necessita deixar seus rastros, suas preferências, suas informações pessoais registradas para que sejam utilizadas pelo mercado na disponibilização de novas informações direcionadas, porém, desta vez, aumentando sua possibilidade de consumo, já que as informações são relacionadas a seu perfil pessoal, e restringindo verdadeiramente suas escolhas, pois terá que escolher dentro daquilo que lhe foi oferecido e não dentro de um espectro daquilo que há integralmente disponível.

## **2- procedimentos metodológicos para coleta de dados**

Esta pesquisa norteia-se pelos seguintes questionamentos: Por que há no senso comum o discurso de ser a internet um meio de maior liberdade? Essa liberdade realmente existe? Qual é o vínculo da internet, mídias digitais e sociais, trânsito de informação em meio virtual, etc. com o capitalismo? Tentando responder a tais perguntas este trabalho propõe uma reflexão sobre o uso da internet de maneira consciente, mais atento a relação estabelecida

entre usuários e mercado de consumo entendendo as possíveis relações de poder frequentemente disponíveis na rede, porém apresentadas muito nebulosas ou disfarçadas em conotações diferentes delas próprias.

Este estudo tem caráter qualitativo, pois faz a análise de um vídeo curto de gênero propaganda que evidencia características qualitativas de seu enunciado. A análise é guiada pela base de Análise do Discurso Crítica proposta por Fairclough (1992) em seu livro *Discurso e Mudança Social*.

Caracteriza-se por um estudo transversal pois apenas aborda um recorte no tempo ao analisar um vídeo específico mesmo abordando um contexto histórico-social do tema. O trabalho é feito a partir de pesquisa bibliográfica por ter como eixo a análise de vídeo publicitário.

A escolha do vídeo foi feita por conveniência a partir de busca no *site YOU TUBE*<sup>2</sup>. Este *site* foi escolhido por ser uma grande base de dados de vídeos onde pessoas disponibilizam arquivos de vídeo na internet. Dentre os vídeos disponibilizados muitos são vídeos de propaganda, vídeos institucionais e de empresas que querem vender seus produtos e serviços. O site tem como ideia primeira a informação disponibilizada pelo próprio usuário, onde pessoas "comuns" produzem informação para a internet. Mas essa iniciativa não deixa o usuário livre das propagandas comerciais que insistem em aparecer. Isso é possível por uma ferramenta do próprio site que apresenta um vídeo comercial antes da apresentação do vídeo que foi escolhido pelo usuário. Esse vídeo comercial pode vir com a opção "*skip this*" - que dá a alternativa ao internauta de não assistir ao vídeo comercial até o fim e "pular" para o vídeo de fato selecionado - ou vir com uma propaganda compulsória e o internauta só terá acesso ao vídeo depois de assistir à propaganda.

A análise foi feita sobre o vídeo comercial da Google lançado no dia 29 de outubro de 2012 no canal oficial da Google Brasil hospedado no *site* You Tube. O vídeo tem duração de 48 segundos e foi distribuído pela internet com o título de "Google Chrome: Salvação (versão completa)".

Os designadores de busca no *site YOU TUBE* foram: internet, Google propaganda internet e comercial Google Chrome.

### **3- Análise de dados e resultados**

---

<sup>2</sup><http://www.youtube.com>

A narrativa apresenta-se, com música de fundo e sequência de imagens durante toda a execução do vídeo, da seguinte forma:

O caminho que <u>you</u> não errou	A moral que <u>you</u> fez
O vídeo que <u>you</u> descobriu	Os pontos que <u>you</u> ganhou
O mico que <u>you</u> não pagou	O navegador que <u>you</u> ...
A raridade que <u>you</u> garimpou	Por uma internet mais rápida
A dica que <u>you</u> inventou	Google Chrome.
A roubada que <u>you</u> não se meteu	

Analisando a forma como nos é apresentado o discurso, as orações se dão majoritariamente em ordem inversa, ressaltando o objeto para o início da frase. Dessa forma, a frase continua tendo um sujeito ("you") como agente, porém não destacado, e deixa como pano de fundo a ação da voz do usuário do navegador. Ou seja, essa falta de clareza explícita de quem executa a ação nos transpõe diretamente para o resultado da ação (objeto), que está em evidência na frase. E por que não usar a voz passiva, uma vez que o tema não é necessariamente o agente? Porque o discurso que permeia a utilização da internet e, por conseguinte o navegador analisado, contrasta o discurso cristalizado pelo senso comum relacionado ao sujeito passivo de outrora que despendeu suas horas em frente à televisão ou ao lado do rádio recebendo as informações disponíveis sem participar de sua produção.

Segundo Castilho (2010), a transitividade organiza a estrutura argumental da sentença, juntamente com a concordância e a colocação. Portanto, o discurso apresentado pela propaganda "Google chrome" situa-se entre a voz passiva e a voz ativa na ordem direta. Assim a voz do usuário de internet condiz como aquele que interage, que produz informação, pois tem o poder de escolha, porém tem que adaptar-se a padrões já estabelecidos pela voz do narrador, que representa os reais gigantes dominadores da internet.

Tomando-se como padrão as orações anteriores a da escolha do verbo, apresentada pelo narrador, vê-se que a ordem inversa projeta o Objeto Direto para o início da frase, como em "o caminho que you não errou". Esse deslocamento antecipa o assunto de que se fala e ativa imagens mentais específicas ao espectador. Como o pronome de tratamento é sempre referenciado por "you", fica clara a intenção da narrativa de resgatar memórias particulares do ouvinte. As imagens associadas durante o transcurso da narrativa não utilizam de atores ou pessoas conhecidas pelo público geral, isso faz com que o interlocutor possa colocar-se dentro da narrativa sem associar as ações a um terceiro pré-determinado.

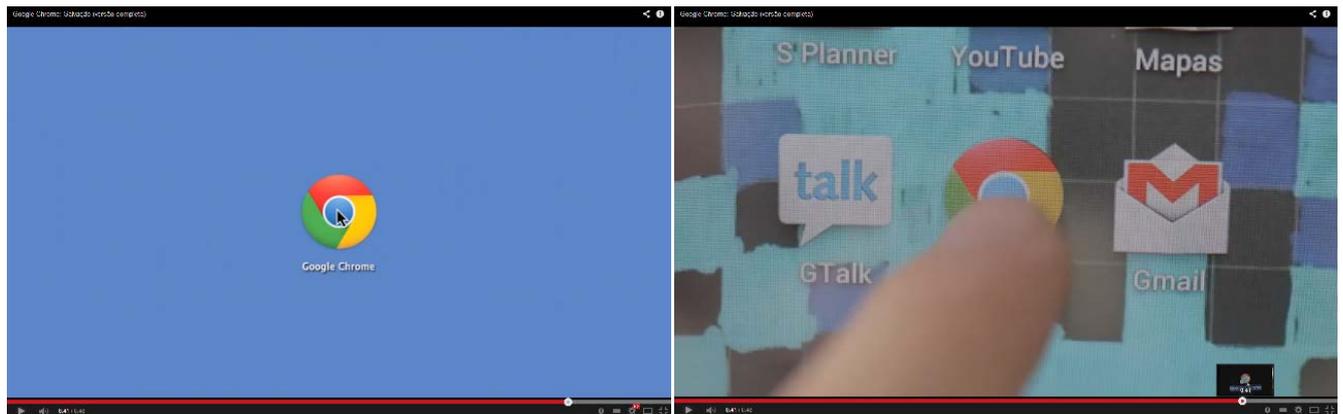
Opta-se intencionalmente por uma lacuna (ausência) no lugar onde o verbo estaria presente na penúltima frase. O fato de ocorrer a lacuna no discurso, obriga o espectador a complementar o sentido da frase, posto que haja ausência de um elemento essencial (o verbo), o qual não permite ser omitido. Porém, o pronome não ocupa posição de destaque na oração, condição já expressa anteriormente devido à ordem inversa da sentença. Dessa forma, com o agente não enfatizado, chegamos à penúltima frase do discurso onde o sujeito é defrontado com a obrigatoriedade de escolher o verbo que melhor lhe convir para completar a lacuna deixada pelo narrador, porém o texto ainda estabelece sua coerência.

Um texto coerente é um texto cujas partes constituintes (episódios, frases) são relacionadas com um sentido, de forma que o texto como um todo 'faça sentido' [...] um texto só faz sentido para alguém que nele vê sentido, alguém que é capaz de inferir essas relações de sentido na ausência de marcadores explícitos. (FAIRCLOUGH, 1992:113)

O narrador estabelece a ordem da sentença, o tempo verbal, assim como voz, modo, número e pessoa nas orações e deixa apenas o último verbo para que o ouvinte interaja e escolha. Afinal, uma das grandes prerrogativas da internet é a sua interface interativa, diferentemente, da televisão e do rádio, já citados anteriormente, onde o sujeito está em uma posição passiva de recepção de informações. O interlocutor precisa, então, optar pelo verbo que se encaixe na oração, precisa interagir.

Outro aspecto importante a se ressaltar é a disponibilidade semântica e padrão ao qual o ouvinte foi exposto até o momento, ou seja, muito provável é a escolha por verbo no tempo passado, induzindo, então, que o padrão seja mantido. É válido analisar que as imagens que nos são mostradas durante a pausa referente à lacuna na narração propõem a uma seleção, em momentos diversos, do ícone do navegador. O campo semântico, portanto, torna-se completamente enviesado para a escolha de verbos que estejam de acordo com tal ação. O poder de escolha do sujeito da ação, neste momento posto à prova, é delimitado por um cerco semântico sutil e quase imperceptível.

**Figura 1 - Imagens do vídeo "Google Chrome: salvação"**



FONTE: <http://www.youtube.com/watch?v=58rocbXV2BM>

A partir da análise do vídeo que faz alusão à internet, podemos fazer uma comparação entre o consumo no capitalismo e o consumo na internet. Assim, o discurso da internet baseia-se no fantasma de termos uma infinidade de escolhas, um livre-arbítrio sem censura, porém não é bem isso que percebe-se em uma análise mais profunda. Nas orações presentes na narrativa é possível destacar que o uso constante do pronome "você", esse que, segundo Castilho (2010:479), sinaliza uma aproximação do que é apresentado com o espectador, traz um tom mais informal e intimista para o discurso. A apresentação do pronome "você" chama o espectador para dentro do discurso trazendo diversos eventos cotidianos onde o termo refere-se a uma relação dada de igual para igual, reforçando o caráter familiar da narrativa.

Entende-se que, em analogia ao capitalismo, a internet nos dá uma disponibilidade quase infinita de entretenimento, informação, visibilidade etc. Porém, a única disponibilidade que não nos é oferecida é a de não estar conectado à rede. Dessa forma, nos tornamos indivíduos pressionados a fazer parte do sistema para que haja uma melhor aceitação social.

O mundo hoje tem características desumanizadoras, pois está intimamente ligado à característica imediatista da modernidade, onde as relações são mediadas pelo “aqui e agora” dentro de uma vida social muito complexa, diferentemente da organização social do feudalismo, por exemplo. Qual o nosso posicionamento diante dessa problemática? Quando nos deparamos com a frase final "por uma internet mais rápida, Google Chrome", é de se imaginar que a oferta existe pois existe uma demanda para tal, a demanda do consumo em velocidade cada vez mais rápida.

O modo de produção econômico está intimamente ligado ao modo como se estabelecem as relações sociais, portanto, todo modo de produção é algo profundamente social e humano. Os seres humanos vivem em sociedade, e a relação desses com o mundo que os circunda é o ponto central da Análise do Discurso Crítica. Dentro do sistema capitalista em

que vivemos não é diferente, os discursos se tornam produtos de compra e venda e, por vezes, não são percebidos como tal, pois não há crítica sobre estes.

Segundo Fairclough (1992), a conexão entre o texto e a prática social é vista como mediada pela prática discursiva: de um lado, os processos de produção e interpretação são formados pela natureza da prática social, ajudando também a formá-la e, por outro lado, o processo de produção forma o texto, e o processo interpretativo opera sobre 'pistas' no texto.

A sociedade que não critica os discursos que produz acaba por ter seus valores deturpados, pois acompanha um avanço que carrega consigo elementos bastante desumanizadores e que pontuam um regresso.

A crítica ajuda o homem a ser mais consciente de suas escolhas, pois somos acometidos por uma falsa ideia de liberdade de escolha proporcionada pelo capitalismo, porém as escolhas se restringem ao consumo. Dessa forma, há uma subjetividade vendida pela sociedade do consumo, onde necessitamos de coisas desnecessárias. Dentro de uma variedade de produtos disponíveis para o comércio, temos uma falsa impressão de que há muitas escolhas, no entanto estamos extremamente restritos à escolha, ou seja, é preciso escolher, é preciso consumir e para isso não temos escolha alguma.

### **Considerações finais**

A análise do vídeo nos possibilitou responder às perguntas propostas e ir um pouco mais além. Primeiramente, o discurso vigente sobre a internet advém de um caráter histórico de consumo de produtos e, mais fortemente, de consumo de informação. A liberdade atribuída à internet é muito bem aceita, pois entra em contraste ao modelo anterior, informação televisionada e por radiodifusão, onde o sujeito não tinha outra escolha a não ser assistir a grade de programação definida por algumas emissoras. No meio virtual o sujeito interage com o que deseja consumir, tem uma maior mobilidade em suas predileções, não limita-se ao seu espaço físico, pois pode conhecer muito além daquilo que lhe era oferecido outrora pela televisão.

Reconhecido o caráter de maior liberdade na internet, verificou-se que o discurso vigente, cristalizado pelo senso comum, tem aspectos alienadores. Há muito de acesso à informação na rede, muitos movimentos e interesses são gerados a partir da internet, porém temos que reconhecer que há limites impostos pelas grandes empresas que lideram o ramo. Pode-se verificar que a liberdade de expressão e de escolha estão restritas a uma pré-escolha

de padrões, assim como no capitalismo. Isso significa que se alcançou uma maior liberdade, mas essa não é total, porém, não é esse discurso que é consumido pela sociedade. Esta consome informações direcionadas, enviesadas que lhe são vendidas como únicas. Dentro de uma perspectiva da Análise do Discurso Crítica, a concepção de liberdade exacerbada dentro da internet e a ideia de livre consumo de informação ocupam-se da cobrança social de estarmos conectados à internet, sem termos a real liberdade de não participar do meio virtual.

As relações humanas tornam-se cada vez mais individualizadas com o advento da modernidade, e na vida cotidiana nem sempre conseguimos perceber a realização desta vida individual com a coletividade, com toda uma história coletiva construída. Contudo, não há uma vida pessoal, individual que seja desarticulada de uma sociedade. Na maioria das vezes nos enganamos achando que temos um livre-arbítrio, pois não percebemos como a vida individual está articulada com características universais devido à forma diluída em que ambas são apresentadas.

A partir da Análise do Discurso Crítica, podemos encarar e perceber contradições que estão mascaradas por entre os discursos e onde as relações de poder podem ser apresentadas de formas bem apagadas, porém existentes.

É importante que pesquisadores possam investir em estudos que abordem as relações de poder nos discursos de maneira atual e que também atendam as características e demandas sociais. Alguns aspectos foram ignorados neste estudo, tais como a probabilidade da formulação da frase afirmativa ou negativa proposta pelo narrador, o uso dos substantivos e pronomes relativos, entre outros, devido o espaço e tempo destinados a este estudo, mas que podem ser investigados em estudos futuros.

## **Referências Bibliográficas**

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 6. ed. São Paulo: Hucitec, 1992.

ENGELS, F. *A origem da família, da propriedade privada e do Estado*. 10.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1985.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e poder*. New York: Longman, 1989.

\_\_\_\_\_. *Discurso e mudança social*. Tradução de Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001 [1992].

HOUAISS, Antônio. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

RAMALHO, Viviane & RESENDE, Viviane de Melo. *Análise de discurso (para a crítica): o texto como material de pesquisa*. Campinas: Pontes, 2001.

RESENDE, Viviane de Melo & RAMALHO, Viviane. *Análise de Discurso Crítica*. São Paulo: Contexto, 2006.

SAUSSURE, F. de. *Curso de lingüística geral*. Tradução de Antônio Chelini et al. 22. ed. São Paulo: Cultrix, 2000.