

A SANDY RESOLVEU ESPERAR! - UMA ANÁLISE DO TEASER #RESOLVIESPERAR LA CASA DE PAPEL DA NETFLIX

Adriene Ferreira de Mello

Licencianda em Letras pelo Centro Universitário São José de Itaperuna (UNIFSJ)
E-mail: adriene.mello@hotmail.com.

Luiza Guimarães Lanes

Licencianda em Letras pelo Centro Universitário São José de Itaperuna (UNIFSJ)

Thayone Aparecida da Silva Soares

Licencianda em Letras pelo Centro Universitário São José de Itaperuna (UNIFSJ)

Joane Marieli Pereira Caetano

Doutoranda e Mestra em Cognição e Linguagem (UENF). Especialista e Licenciada em
Letras (UNIFSJ)

Resumo

Diante das inúmeras formas inovadoras de recursos de *marketing* desenvolvidas no âmbito midiático, este trabalho pretende analisar, conforme os pressupostos da Análise do Discurso (AD) de Maingueneau, o teaser *#ResolviEsperar La Casa de Papel*, publicado em divulgação à estreia da segunda temporada da série criminal espanhola, na provedora Netflix. A análise será realizada sob a ótica de conceitos que conferem êxito à atividade comunicativa, como a *finalidade reconhecida*, o *estatuto dos parceiros legítimos*, o *lugar e o momento legítimos*, o *suporte material*, a *organização textual* e os *recursos linguísticos específicos*, que, serão, por sua vez, as categorias de análise deste estudo. No que concerne ao viés metodológico, as discussões baseiam-se nos pressupostos teóricos de Maingueneau (2013) para análise de textos comunicacionais. Espera-se, ao final da pesquisa, demonstrar como o discurso das propagandas veiculadas pela internet é construído, de forma criativa, com uma abordagem direcionada à persuasão dos coenunciadores, a fim de mostrar o quanto a pesquisa desses novos tipos de gêneros discursivos pode ser relevante.

Palavras-Chave: Análise do Discurso. *La Casa de Papel*. Teaser.

Introdução A Netflix é uma das maiores plataformas de serviços *streaming* de vídeos no mundo e tem conquistado bastante visibilidade, no âmbito midiático, por

lançar diversos seriados originais, como *La Casa de Papel*. A série criminal espanhola relata um assalto à Casa da Moeda na Espanha, em que os ladrões imprimiram os próprios papéis-moeda para que, ao fim do roubo, pudessem gastar livremente. É interessante observar que, apesar do enredo ter sido construído sob o contexto de um assalto, os protagonistas conquistaram os telespectadores que passaram a torcer pelo êxito do plano. Devido à repercussão positiva da primeira temporada, diversos fãs começaram a procurar a segunda temporada desse seriado em sites gratuitos, e a Netflix, atenta a esse fato, produziu um vídeo chamado *#ResolviEsperar La Casa de Papel da Netflix*, disponível na rede *YouTube*, no qual é sugerido que os telespectadores que aguardarem para assistir aos episódios em sua plataforma, terão acesso a cenas de melhor qualidade.

Nota-se que essa propaganda publicitária foi construída em formato de *teaser*, uma estratégia de *marketing* comum nas redes sociais. Neste caso, ganha destaque pela presença da cantora Sandy que, em um primeiro momento, parece estar dando detalhes de sua vida sexual, mas depois revela estar se posicionando contra a pirataria.



Fig. 1 - Capa do Teaser *#ResolviEsperar La Casa de Papel*

Fonte: site Exame (2018)

Dessa forma, o objetivo deste estudo é analisar como alguns conceitos pertinentes à Análise do Discurso (AD) de Maingueneau podem ser responsáveis pela construção de sentidos no teaser *#ResolviEsperar La Casa de Papel*, de modo que se perceba como os discursos das propagandas midiáticas visam à persuasão dos coenunciadores.

Metodologia ou Materiais e Métodos

Do ponto de vista metodológico, os pressupostos de Maingueneau (2013) para a análise de textos comunicacionais nortearão a análise do *corpus* delimitado, e as obras de Rojo e Barbosa (2015) e Marcuschi (2003) ampliarão o aporte teórico. A fim de cumprir o objetivo almejado, selecionaram-se, como categorias de análise deste estudo, os pressupostos que concedem êxito à atividade comunicativa, como a *finalidade reconhecida*, o *estatuto dos parceiros legítimos*, o *lugar e o momento legítimos*, o *suporte material*, a *organização textual* e os *recursos linguísticos específicos*.

Resultados e discussão

A produção de um discurso, em oposição ao texto, é uma atividade espontânea da condição humana, o que faz com que seja inesgotável a diversidade de gêneros discursivos. No entanto, antes de qualquer consideração sobre o gênero discursivo em foco, é preciso conceituar essa nomenclatura, apresentada, *a priori*, nos estudos bakhtinianos de gêneros:

Todas as nossas falas, sejam cotidianas ou formais, estão articuladas em um gênero do discurso. [...] Em todas [...] atividades, valemo-nos de vários gêneros discursivos - orais e escritos, impressos ou digitais - utilizados socialmente e típicos de nossa cultura letrada urbana: cumprimento, bilhete, mensagem eletrônica, formulário, relatório, apresentação empresarial. Os gêneros discursivos permeiam nossa vida

diária e organizam nossa comunicação (ROJO; BARBOSA, 2015, p. 16-17).

Nesse sentido, fica evidente que os gêneros discursivos se destacam por seu caráter heterogêneo e que a escolha de um gênero está relacionada à vontade enunciativa. Sobre isso Bakhtin considerou que:

A vontade enunciativa do falante se realiza antes de tudo na *escolha de um gênero do discurso*. Essa escolha é determinada pela especificidade de um dado campo da comunicação discursiva, por considerações semântico-objetais (temáticas), pela situação concreta da comunicação discursiva, pela composição pessoal dos seus participantes etc. (ROJO; BARBOSA, 2015, p. 78, grifos das autoras).

Sendo assim, o vídeo em análise, para se adequar à vontade enunciativa do enunciador, pertence ao gênero propaganda, mas é caracterizado como uma técnica específica de *marketing*: o *teaser*. Percebe-se que se trata de uma propaganda, porque o objetivo é persuadir o interlocutor a assistir a segunda temporada de *La Casa de Papel* disponível na Netflix. Por não se tratar de uma obra singular, o *teaser* é considerado, segundo os protocolos de Maingueneau (2008), uma “rotina”, uma vez que ainda está sujeito a variações, ou seja, segue “uma rotina, adaptada às circunstâncias” (MAINGUENEAU, 2008, p. 71-72). As condições de êxito de uma atividade comunicativa se referem aos aspectos que reforçam o objetivo do gênero propaganda e um desses é a *finalidade reconhecida*, que foi claramente estabelecida ao cumprir a intenção de convencer o interlocutor e vender um produto, no caso, a segunda temporada de uma série.

O critério *estatuto dos parceiros legítimos* focaliza o posicionamento do enunciador e do coenunciador, tendo em vista que é estabelecido quem produz e a quem se dirige o discurso. No caso do vídeo em análise, a cantora Sandy é o enunciador principal e, para que se efetive a compreensão do discurso, é preciso

que o perfil da artista seja (re)conhecido pelos coenunciadores. Da mesma maneira, deve-se observar o perfil de quem se destina o teaser, ou seja, os coenunciadores, que são os assinantes da plataforma Netflix.

Da mesma forma, o *lugar e o momento* nos quais se estabelecem o discurso em estudo são fundamentais para a compreensão da situação e, por isso, podem ser considerados *legítimos*. O cenário em que se encontram os enunciadores é um ambiente domiciliar, o que dialoga com a ideia de que as séries são, na maioria das vezes, assistidas em casa. Nessa perspectiva, a figura da Sandy, ao carregar um perfil idealizado de mulher “caseira”, possibilita uma correlação entre a vida privada da cantora e o lugar no qual ela situa seu discurso.

Ademais, a noção de *momento* proposta por Maingueneau (2008), particularmente, abarca quatro critérios específicos: a periodicidade, o encadeamento, a continuidade e a validade. Desse modo, todos esses critérios, exceto a periodicidade, podem ser identificados no *corpus* de análise destacado. A duração de encadeamento “indica aproximadamente qual é a duração de realização de um gênero de discurso” (MAINGUENEAU, 2013, p. 74) e, neste caso, notamos que essa duração pode assumir duas possibilidades: a primeira, que demandaria uma leitura de alguns segundos, pois o coenunciador apenas teria que observar o título do teaser e a legenda inserida pela Netflix Brasil, e a segunda, que perduraria por um pouco mais de um minuto, aconteceria caso o coenunciador se interessasse pelo conteúdo do teaser e o assistisse até o final.

Em contrapartida, a continuidade desse encadeamento diz respeito ao fato de uma análise do teaser não pressupor interrupções, ou seja, pode ser realizada de uma só vez. Mesmo que o coenunciador queira assistir gerando interrupções, isso não seria característico do gênero do discurso analisado, pois sua duração é curta e seu conteúdo é dinâmico.

Por fim, a validade está relacionada à ideia de que um discurso só tem sua finalidade comunicativa, integralmente cumprida, quando analisado no momento correspondente ao seu contexto de produção. Desse modo, o teaser em destaque só pôde ser, totalmente, compreendido no período do lançamento da segunda temporada da série *La Casa de Papel*.

De acordo com os pressupostos de Maingueneau (2013), ao modificarmos o *suporte material* de um texto, modificamos o gênero do discurso. Isso é verificado no *corpus* em análise, uma vez que, por ser configurado como um vídeo, dispõe de recursos específicos, como a imagem e o som, que é, delineado, principalmente, pelo emprego da música de abertura da série *La casa de Papel*. Se essa mesma propaganda fosse veiculada por outro meio ou se assumisse, por exemplo, características de um cartaz, seu suporte seria alterado e conseqüentemente, os recursos para atingir o objetivo pretendido seriam modificados.

No que se refere à organização textual, é interessante contextualizar a noção de gênero, antes de definir, especificamente, o *teaser*. Nesse sentido, os gêneros são categorias que correspondem a determinados textos produzidos com diferentes funções e para públicos distintos; diante disso, tornam-se flexíveis, uma vez que variam de acordo com a intencionalidade do enunciador, das situações comunicativas e do local da enunciação. Sendo assim, os gêneros estão totalmente interligados às atividades sociais, culturais e históricas, que, ao lado do desenvolvimento tecnológico, possibilitaram, nos últimos anos, a criação de novas formas de comunicação, ativando e movimentando, desse modo, os gêneros já existentes.

Em diálogo com essa perspectiva, destaca-se o que afirma Marcuschi: “os gêneros são [...] o reflexo de estruturas sociais recorrentes e típicas de cada cultura. Por isso, em princípio, a variação cultural deve trazer conseqüências significativa para a variação dos gêneros” (2013, p. 34). Nesse sentido, nota-se que os gêneros discursivos estão sempre adquirindo formatos inovadores e criativos, como o *teaser*, que pode ser caracterizado como um recurso midiático, que se encontra vinculado aos gêneros persuasivos, mas que adquire características próprias para tornar a informação mais dinâmica. Ao analisarmos o *teaser #ResolviEsperar La Casa de Papel da Netflix* em oposição aos demais vídeos dessa natureza disponíveis na rede Netflix Brasil do Youtube, nota-se que esse tipo de gênero do discurso não segue um roteiro padronizado, uma vez que precisa atender a objetivos específicos, sendo a *organização* diferente em cada *teaser*. Em linhas gerais, o ponto

coincidente entre todos é apenas a forma de abordagem, que deve ser criativa e interessante, com o intuito de prender o coenunciador até o fim da reprodução.

No que diz respeito aos *recursos linguísticos específicos*, como ressaltava Maingueneau (2013, p.77), nem todos os gêneros discursivos utilizam recursos linguísticos específicos, como, por exemplo, os gêneros publicitários, que empregam recursos linguísticos variados, na medida em que apresentam finalidades comunicativas distintas.

No caso do teaser *#ResolviEsperar La Casa de Papel da Netflix*, encontramos a expressão “Mara” - originalmente, utilizada pelo personagem “Seu Ladir” de *Toma Lá Da Cá*, série brasileira transmitida pela TV Globo, que no contexto em análise, faz referência à abreviação do vocábulo “maratona”. Além disso, convém mencionar, também, que a expressão “Mara” é, amplamente, usada como abreviação para a palavra “maravilhoso(a)”.

Sabendo que para alguns textos existem vocabulários específicos, que remetem a um contexto particular, o teaser em análise segue esse pressuposto e utiliza termos referentes ao meio cibernético, uma vez que palavras como “spoiler” - termo que se refere a informações antecipadas sobre o final de algum enredo - e “link” - termo que se configura como um dos meios de acesso a um site - são empregados. Ainda cabe mencionar que a seleção lexical do discurso é sempre voltada para a noção de espera, através da utilização de termos como “resistir”, “esperar a hora certa” e o próprio título da propaganda “resolvi esperar”, a fim de difundir a ideia de que alguém se resguardou.

Atenta-se para o fato de que a linguagem do tipo coloquial foi empregada nas falas dos enunciadores, tendo como finalidade realçar a informalidade presente no vídeo. Desse modo, explicita-se que termos como “sacanagem” e expressões como “xô tentação” são utilizadas a fim de atender aos recursos linguísticos pertinentes a esse gênero discursivo.

Nesse sentido, pode-se evidenciar que o gênero discursivo propaganda foi concebido e a atividade comunicativa foi bem-sucedida, o que contribui para que o objetivo essencial desse tipo de gênero seja alcançado: seduzir o interlocutor e vender um produto.

Conclusão

Tendo em vista toda a análise do *corpus* deste trabalho, o *teaser* #ResolviEsperar La Casa de Papel, promovido pela plataforma Netflix para a divulgação da segunda temporada da série espanhola La Casa de Papel, a partir de pressupostos referentes à análise de textos comunicacionais de Maingueneau (2018), demonstrou que a abordagem das propagandas, atualmente, conta com uma forte aliada: a internet. A rede Youtube ajuda a promover diversos produtos, como as novidades da Netflix.

Assim, a partir das categorias de análise *finalidade reconhecida*, o *estatuto dos parceiros legítimos*, o *lugar e o momento legítimos*, o *suporte material*, a *organização textual* e os *recursos linguísticos específicos*, foi possível nortear uma pesquisa de caráter relevante e atual, uma vez que compreender a intencionalidade de produção de um discurso midiático e sua finalidade comunicativa como meios de garantir a abordagem persuasiva, é também compreender como a sociedade passou a vender seus produtos na era digital.

Dessa forma, pode-se dizer que o *teaser* é um gênero discursivo que se adaptou às demandas da sociedade e cumpre a sua função essencial de chamar a atenção dos coenunciadores com excelência.

Referências

BARBOSA, Daniela. Netflix brinca com virgindade de Sandy em *teaser* de La Casa de Papel. Exame, 2018. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/netflix-brinca-com-virgindade-de-sandy-em-teaser-de-la-casa-de-papel/>. Acesso em 05 ago. 2018.

MAINGUENEAU, Dominique. Análise de textos de comunicação. 6. ed. ampl. São Paulo: Cortez, 2013.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, Ângela P.; MACHADO, Anna R.; BEZERRA, Maria Auxiliadora. (Orgs.). Gêneros textuais e ensino. 2 ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003, p.19-36.

ROJO, Roxane; BARBOSA, Jaqueline P. Hipermodernidade, multiletramentos e gêneros discursivos. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.