

Uma reflexão sobre a constituição da prática sócio-discursiva na atribuição de *nomes* aos hotéis

A reflection on the constitution of socio-discursive practice in naming the motels

João Carlos Cattelan *

Luciane Thomé Schröder **

RESUMO: Este trabalho objetiva mostrar que os nomes atribuídos a *motéis*, mais do que identificá-los, revela uma visão cultural de práticas sociais que envolvem os sujeitos historicamente situados. Para isso, ter-se-á como *corpus* de dados alguns nomes de *motéis* restritos a uma cidade, valendo-se deles para a realização de um estudo a partir da análise de discurso francesa, mais especificamente, dos conceitos de interdiscurso, memória e efeito de sentido. Também, far-se-á acompanhar as reflexões os estudos de Berger (1986), para quem “as estruturas da sociedade tornam-se as estruturas de nossa própria consciência”, assim como a noção de cultura, pois, “Se o homem é, como é de fato, um animal simbólico, segue daí que [ele] vive em um contexto relativo de valores, crenças, concepções e, enfim, de simbolizações que constituem a sua cultura”. (SARTORI, 2001, p. 26), e que, por fim, o constitui.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso. Sociedade. Cultura.

ABSTRACT: This study has the objective to show that the names given to romance hotels more than identify them, but also reveals a cultural view of social practices that involves the historically situated individuals. For that, it will be taken as corpus data some restricted romance hotels' names in one city, having them useful for the accomplishment of a study based on the French discourse analysis, more specifically, on the interdiscourse concepts, memory and meaning effect. Also, it will be used the studies of Berger (1986) to follow up this search, as for him “the society structures become into the structures of our own conscience”, as well as the definition of culture idea, once “If the man is, in fact, a symbolic animal, from that it is understood that he

* Professor Doutor, docente do curso de Letras da Universidade Estadual do Oeste do Paraná, campus de Marechal Cândido Rondon, e do curso de Mestrado em Letras da mesma universidade, campus de Cascavel.

** Professora Mestre, docente do curso de Letras da Universidade Estadual do Oeste do Paraná, campus de Cascavel.

lives in a relative context of values, beliefs, concepts and, finally, symbolizations that constitute his culture" (SARTORI, 2001, p. 26), that is, then, what constitutes himself.

KEYWORDS: Speeches. Society. Culture.

Introdução

Pode-se dizer que os motéis, tidos como lugares íntimos de encontros para casais, são espaços 'públicos' que marcam formas de condutas mais ou menos aceitáveis, em sociedades mais ou menos suscetíveis a certos padrões de comportamento. Aos mais ou menos afoitos, a menção à existência destes estabelecimentos desperta desejo, prazer, provocação à libido, satisfação e curiosidade, mas também a presença de sentimentos controversos, como temor e arrependimento, e atitudes negativas, como mentiras, traições, culpas e fuga.

Tais sentimentos carregam pré-conceitos, que se pode afirmar não são naturais. O que se quer dizer com isso é que a memória está atenta e de prontidão: não há como negar os efeitos de sentido que afetam os sujeitos sociais frente a determinados estabelecimentos, culturalmente marcados ou como espaços do bem, ou do mal.

A reflexão que se pretende realizar aqui visa demonstrar que, mais do que os próprios estabelecimentos gerarem tais sentimentos, são os nomes atribuídos a eles que os determinam e, com isso, sobre-determinam os sujeitos, em razão dos diferentes sentido que emanam dos nomes: eles podem ser bregas, modernos, pecaminosos, luxuosos, luxuriosos. Assim, não é mais o estabelecimento em si que diz o que o sujeito que o frequenta é, mas o seu nome. Ou seja, são os discursos que circulam, que vinculam efeitos de sentido aos nomes pelos quais os motéis são identificados. Os sujeitos sociais, pelo discurso que provém dos nomes dos motéis, estariam, então, revelando como a sociedade pensa, ou vem repensando, pelos discursos que a constituem, suas estruturas.

O nome: uma prática sócio-discursiva

A investigação que se está propondo tomará por base teórica alguns pressupostos da escola francesa de análise de discurso, como os conceitos de interdiscurso e memória, os quais não se subdividem, mas coexistem, no sentido de que "A memória (...) tem suas características, quando pensada em relação ao discurso. E, nessa perspectiva, ela é tratada como interdiscurso" (ORLANDI, 2001, p. 31). Para a autora, os sujeitos estão inseridos nas práticas discursivas que realizam e, portanto, a memória nunca deixa de ser uma "memória discursiva". O interdiscurso significa "o saber discursivo que torna possível todo o dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra" (ORLANDI, 2001, p. 31). Desta forma é que, a partir do que postula a autora, tem-se um sujeito interpelado pela ideologia, questão a ser retomada adiante.

Seleciona-se aqui um dos nomes escolhidos para o estudo a título de exemplo: *Oásis*. O nome do motel é um enunciado social e a sua constituição atravessa o sujeito, fazendo com que ele apreenda os efeitos de sentido provocados por outros sentidos que repousam em sua memória como uma significação já anunciada. Quer dizer, lê-se o nome *Oásis* e, ao fazê-lo, retomam-se as condições de existência de algumas imagens, sendo estas não necessariamente reais, mas representações simbólicas das experiências humanas previamente reconhecíveis: a imagem do sujeito fatigado, sedento, desesperançado e solitário (ou não), que, peregrino de um deserto escaldante, de longe, avista um espaço de sonhos onde ele poderá vir a satisfazer a sua sede de descanso e de frescor e, mais, de reencontro da vida: eis uma trajetória interrompida. O *oásis*, enfim, é puro prazer; é mesmo um sonho encontrá-lo. E, torna-se óbvio, a entrada de um *oásis* é bem anunciada. Participar desse jogo discursivo só é possível, porque o nome analisado está sócio-culturalmente situado, de alguma forma, na vida do sujeito, seja por que meio for.

Desta forma, tem-se que os conceitos que virão a emergir da análise dos nomes impõem a compreensão de que os discursos não podem ser separados

das suas condições de produção. Olhar para o enunciado *oásis* é olhar para um discurso que o precede e que o faz significar da forma que significa. Cada um dos nomes atribuídos aos motéis *Álibi, Bentivi, Blue Inn, Cafua, Dallas, Eclipse, Fascínio, Naiads e Nuances* passam a representar a cristalização de significações, ou seja, uma realidade em que se fixam certas qualidades. Cada nome de motel é, assim, um gesto social, no sentido de que, como quer Barthes (1990, p. 88), cada um deles é “um gesto, ou conjunto de gestos (mas nunca uma gesticulação), onde se pode ler toda uma situação social”.

Para a composição das análises, faz-se pertinente a construção de alguns conceitos que correspondem a pesquisas de base sociológica, sobretudo, para o tratamento das questões relacionadas à cultura e à sociedade em que os motéis se fazem presentes. A tríade discurso, cultura e sociedade são a essência do sujeito. Inegavelmente, os três elementos se imbricam para dar sentido às práticas sociais e ‘identidade’ aos homens: o sujeito é o que é em virtude (e somente por isso) de um conjunto de traços culturais que agregou ao seu eu no decorrer da própria história, frutos das experiências vivenciadas nas práticas culturais cotidianas, as quais ordenam modos de comportamentos e leituras das pessoas e das *coisas* do mundo ‘sugeridas’ pelas instituições (os espaços sociais) de que se fez (faz) parte.

Em decorrência dessas práticas exteriores que envolvem todo o ser social, pode-se dizer que as sociedades são como paredes de encarceramento do homem na história (BERGER, 1986), pois é por meio da participação (está-se entendendo ‘participação’ também como a ‘mera’ vivência numa comunidade) que se pode assumir certa subjetividade e, portanto, a compreensão de por que se lê o que se lê de determinada forma, e não outra, e se assume certas posturas diante dos enunciados, valorizando-os ou desvalorizando-os, sem plena consciência das razões de estar procedendo de modo x ou y, sem sequer compreender que o uso dos nomes x ou y não resulta de escolhas aleatórias, mas determinadas por uma certa cultura.

Dessa forma, pode-se dizer que se “privilegiam os processos, as instituições e os contextos sociais dentro dos quais o discurso é pronunciado, transmitido e recebido, pela análise de relações de poder, formas de

autoridade, tipos de recursos e outras características desses contextos” (HILL, 2006, p.19). Assim, o sujeito vai se constituindo como pertencente a determinados discursos. Pode-se, ainda dizer, que é desta forma que o sujeito é interpelado pela ideologia (como já se anunciou) e passa a ser reconhecido como sujeito social (PÊCHEUX, 1975).

A língua, segundo Pêcheux (1975, *In: GADET E HAK, 1993*) constitui o *lugar material* onde se realizam [os] efeitos de sentidos. O que significa que, quando se dão *nomes*, atribuem-se conceitos morais e culturais, ainda que de forma não-consciente, que são reconhecíveis a partir das condições de aparição de certos discursos (enunciados) na história de uma sociedade. São efeitos de sentido que se cristalizam e passam ao *status* de atitudes de significação social. Nesse viés de reflexão, assume-se o poder da sociedade sobre o sujeito que, inserido num contexto, elabora enunciados, internalizados outrora, porém reveladores de práticas culturais, nem sempre assumidas ou sabidamente reiteradas. Mas deve-se fazer a ressalva de que,

Localizamo-nos na sociedade e assim reconhecemos nossa própria posição, determinada por fios sutis. Por um momento vemo-nos realmente como fantoches. De repente, porém, percebemos uma diferença decisiva entre o teatro de bonecos e nosso próprio drama. Ao contrário dos bonecos, temos a possibilidade de interromper nossos movimentos, olhando para o alto e divisando os mecanismos que nos moveu. (BERGER, 1986, p. 194).

A analogia do autor aos bonecos de fantoches brinca com o imaginário, e mais: com a comparação, compreende-se que possa haver alguns momentos de 'lucidez' em que o sujeito-boneco engana as mãos que o guiam, rompendo os cordões. Se isso é demasiadamente arrogante, talvez, então, ele faça o fio ficar mais longo e caminhe um pouco mais à direita ou à esquerda da história prevista. Ratificando-se que os movimentos não partem de escolhas individuais, mas se limitam ao espaço sócio-cultural de onde emergem.

Se se ajusta à brincadeira persuasiva dos nomes dos motéis e se é movido à escolha dos prazeres que um nome promete, então, o sujeito passa pelo crivo da constitutividade. Ele escolhe aquele cujo nome melhor vai ao encontro dos seus desejos, ainda que respondendo ao que lhe é indicado pelo campo social que o cerca.

Frente ao exposto, pode-se afirmar que a análise dos nomes dos *motéis*, adianta-se, revela representações simbólicas de um sujeito em relação ao grupo social de que faz parte, e mais, representações subjetivas que possuem bases culturais, pois, diante das escolhas do nome, opta-se por um que realiza determinada intencionalidade e não se vê nele, apenas, um apelo mercadológico, mas uma exteriorização não-consciente de como certas práticas sociais são pensadas num certo núcleo social, ratificando-se, então, que as escolhas dos nomes revelam aspectos culturais que envolvem os *motéis*.

Outra questão a ser analisada é que certos nomes, revelam que, culturalmente, os *motéis* pertencem a nichos sociais diferentes: ora mais elitizados, ora menos. A opção por nomes mais ou menos "arrojados" é uma prática discursiva, culturalmente identificável, como pertencente a certas camadas sociais (ousa-se, dizer). Não se pode, inclusive, esquecer que "sexo pertence à categoria de mito na sociedade moderna". (HILL, 2006, p. 63). Os nomes dos *motéis* se tornam, então, um tema passível de investigação, pois são espaços que revelam "o mundo dos homens, suas instituições, sua história, suas paixões". (BERGER, 1986, p. 27). Ali, eles se encontram e, nessa conjuntura social, denunciam-se.

Desta forma, deve-se compreender que a cultura passa a ser um "discurso - um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos" (HALL, 2003, p. 50). Ou, ainda, que "o modo de ver o mundo, as apreciações de ordem moral e valorativa, os diferentes comportamentos sociais (...) são assim produtos de uma herança cultural, ou seja, o resultado da operação de uma determinada cultura"(LARAIA, 2006, p. 68).

Na configuração social construída, e de acordo com a vertente teórica da análise de discurso (ORLANDI, 1999), o sujeito só é sujeito, porque é atravessado pela(s) ideologia(s), ou seja: o conjunto de referências e idéias que sustentam o modo de pensar e agir dos indivíduos que pertencem à determinada cultura e que, de uma forma ou outra, têm os seus conjuntos de idéias e referências cerceados, como se as respostas de como as coisas devessem ser já estivessem sempre "lá". Quer dizer: nesta perspectiva só se é

sujeito, por se reconhecer que se está no mundo, em virtude das respostas às coisas serem aquelas esperadas; e mais: as requeridas. Assim, a ideologia (em termos genéricos, a cultura) é inculcada no sujeito, sem que ele se aperceba disso e passa a ser reproduzida por ele.

Esta posição é assumida neste estudo, contudo, faz-se a observação de que, numa perspectiva menos ortodoxa, e mais afinada com os propósitos deste trabalho, retoma-se a possibilidade aventada de um sujeito que se constitui numa relação intervalar, *apesar* da sua imersão sócio-histórica cultural. Possenti (1993, p. 59) traduz este princípio na seguinte passagem:

Dizer que o falante constitui o discurso significa dizer que ele, submetendo-se ao que é determinado (certos elementos sintáticos e semânticos, certos valores sociais), no momento em que fala, considerando a situação em que fala e tendo em vista os efeitos que quer produzir, escolhe, entre os recursos alternativos que o trabalho lingüístico de outros falantes e o seu próprio, até o momento, lhe põem à disposição, aqueles que lhe parecem os mais adequados.

Reforça-se, então, a idéia assumida de que existe um movimento do sujeito frente aos discursos, mesmo sendo este movimento (como quer Possenti) determinado, o que não deixa de sustentar (ou reiterar) e idéia do sujeito marcado sócio-ideologicamente.

Feito esse percurso, espera-se ter esboçado um momento teórico (ainda que pouco extenso) para sustentação das análises que pretendem demonstrar como os nomes revelam um evento discursivo. No caso, os eventos são os nomes dos *motéis*, mesmo estando o sujeito sob determinações sócio-culturais e tendo suas escolhas atingidas pela forma como a sociedade compreende as estruturas que ela cria. Antecipa-se que os nomes não apenas sugerem, mas efetivamente impõem valores no sentido de tratar-se de um ambiente de melhor ou pior qualidade (“quem sou eu para freqüentar um *oásis?!*” ou “quem é ele para me negar um *oásis?!*”).

Os *nomes de motéis* ultrapassam, pois, uma leitura de mero efeito de *slogan* chamativo, permitindo que se realizem estudos mais aprofundados sobre os mesmos, pois eles indicam imperativos do discurso que revelam fatos culturais das sociedades em que se situam, já que são frutos das “vontades”, às vezes, não sabidas dos sujeitos.

Diga-me como te chamam e eu te direi quem és

Os motéis cujos nomes aparecem neste trabalho estão localizados numa certa cidade e têm seus nomes divulgados pela empresa de telefonia do local. A ordem de aparição destes nomes segue o critério alfabético de apresentação.

Como foi exposto acima, entende-se que os nomes de motéis são práticas discursivas que revelam aspectos de comportamento dos sujeitos de uma sociedade. Pela análise dos nomes, tem-se a possibilidade de refletir sobre como esses *nomes de motéis* figuram na memória social de uma comunidade, passando a carregar sobre si uma série de estereótipos e sentidos, uma vez que se sustentam em virtude do já-dito. Alguns nomes, também, passam a designar lugares sociais, mais ou menos, economicamente, privilegiados (mesmo que essa impressão figure apenas no nome).

Antecipa-se uma questão que acompanhará as análises: a estilização que se percebe nos nomes dos motéis, talvez, tenha se dado a partir da revisão do papel social dos mesmos na sociedade: pensando-se num viés moralista em que sexo é sinônimo de procriação, sendo, portanto, pecaminoso se praticado com outra finalidade, o motel passa, por meio do seu nome, a incorporar e a difundir uma nova forma de pensar a sexualidade, sendo visto a partir do *status* de um lugar em que casais modernos buscam por momentos de tranqüilidade e intimidade. E, aí, já não se tem sexo-pecado, mas sexo-prazer.

Dar-se-á início às análises pelo nome *Motel Álibi*. O termo 'álibi' aciona na memória discursiva que um 'crime' tenha acontecido, pois é nesta situação que a recorrência ao termo se faz de forma mais comum. Essa noção (senso-comum) é facilmente resgatada pela situação, em que a defesa usada pelo advogado está pautada no *álibi* do acusado, em termos mais ou menos como: comprovar, por meio de um *álibi* estar num local x na hora do acontecido, ou em companhia de y, provando, com isso, a impossibilidade de se fazer parte da situação ilegal de que se esteja sendo acusado. Nessas condições, o termo *álibi* retoma os episódios de uma situação 'fora da lei' que envolve um sujeito que necessita apresentar, para fins de se ver livre de uma situação que o possa comprometer, da apresentação de um *álibi*. Um *álibi* é o recurso que permite

depor em favor da verdade, e pode ser tanto a saída para um problema, quanto à entrada em outro.

Neste estudo busca-se deduzir em que terreno atrativo este nome se alicerça. Estar endereçado a pessoas solteiras é um deles, mas também para os não solteiros ele deve servir, podendo-se imaginar que ele se apresenta, neste caso, como sendo a desculpa necessária para demover aquele mais reticente em querer participar do jogo sexual, não tendo mais pretexto para se recusar a fazer parte, pois o motel dá ao proponente o argumento e o *álibi* necessário para levar o outro a aceitar sua proposta.

O nome reitera a existência de uma relação de cumplicidade entre os parceiros, ou seja: o nome motel *álibi* provoca a idéia de se estar em companhia da pessoa com quem se tem segredos e se compartilha espaços íntimos.

O segundo nome a ser analisado é *Motel Bentivi* (assim mesmo, com "i"). O *Motel Bentivi*, numa perspectiva pejorativa, poderia ser um daqueles estabelecimentos cujo nome se tornaria alvo de brincadeiras depreciativas. Mas o nome perfaz uma estratégia de aproximação com a oralidade, com a troca do *e* por *i* (o que é bastante comum na região onde se localiza o motel), facilitando a sua pronúncia, o que lhe dá um certo ar de coloquialidade.

Pode-se dizer, que, assim, o nome "aproxima" aquele(a) a quem se quer "bem-ver" ou "ver-bem": o motel é um espaço para que outro seja visto em toda a sua intimidade. Aquilo que, no cotidiano, mantém-se rigorosamente coberto, no motel, tem como desnudar-se e mostrar-se em toda a sua grandeza. Deve-se ressaltar, ainda, que o nome joga, de forma peculiar, com a saudação *bem-vindo(a)*, pois quem é *bem-vindo* é *bem-visto*, então: *bentivi*. Por fim, deve-se atentar para o fato de que o nome poderia ser fragmentado, equivalendo a algo como *bem, eu te vi*, donde volta a idéia de o motel ser o espaço onde efetivamente se encontram pessoas que realmente querem estar uma com a outra.

Quanto à alusão ao nome do pássaro 'Bem te vi', ele permite a inferência ao membro fálico, que, na cultura popular, o reconhecem por "passarinho". O *Motel Bentivi* torna-se, então, uma pequena brincadeira do consciente *versus*

inconsciente, da infância *versuss* o homem adulto, anunciando ser este um local em que a masculinidade do homem pode ser demonstrada. E aí o *bentivi* não seria para bem ver o outro, mas para o outro vê-lo bem.

Cabe ressaltar que o fato de o nome trabalhar com a oralidade, e ferir a forma gramatical padrão, marca um preconceito lingüístico-social, e aí está uma deixa para pensá-lo como *motel popular*. Mesmo em uma sociedade marcada pelo analfabetismo como a brasileira, esta repudia, sem qualquer constrangimento, o que foge ao padrão: no caso, o que foge é a língua na sua materialidade discursiva. Portanto, um nome marca a classe a qual se pertence e/ou, desviar-se do nome, por se saber parte dele, é negá-lo. Tais situações (de aproximação ou rejeição aos efeitos de sentido que emanam dos nomes), contudo, são definidas pela perspectiva cultural que emana dos discursos que margeiam a vida social. Neste sentido, pode-se afirmar que o nome dado ao motel sobre-determina o estabelecimento.

Na seqüência, tem-se o nome *Motel Blue Inn*. Dele decorre a elitização por força do estrangeirismo que carrega no nome. Pode-se afirmar que os efeitos de sentido que se relacionam com o nome do motel na língua inglesa, não se manteriam se o mesmo fosse usado em língua portuguesa.

Tem-se que as cores traduzem um estado de espírito. Sobre a cor azul, pode-se dizer que inspira à serenidade, a calma, a quietude, ou, então, "Entrar no azul é um pouco fazer como Alice, a do País das Maravilhas: passar para o outro lado do espelho. O azul é o caminho da divagação e, quando ele se escurece, de acordo com a sua tendência natural, torna-se o caminho do sonho". (CHEVALIER e GHEERBRANT, 2006, p. 107). Nesse sentido, o nome *Blue Inn* revela que o sexo vem acompanhado de uma aura de sobriedade e sonhos, mesmo que isso seja apenas um disfarce de lobo em pele de cordeiro.

Pode-se dizer, contudo, que "a publicidade [em torno dos nomes dos motéis] tem procurado conscientizar [os sujeitos] de novas ansiedades de identidade e segurança pessoal e garantir que há mercadorias e serviços que podem satisfazer todas as necessidades e aliviar todos os medos". (KUMAR, 1997, *apud* HILL, 2006, p. 98). E o nome *Motel Blue Inn* garantiria a superação de qualquer receio em troca de um local de calma e aconchego.

O nome seguinte é o do *Motel Cafua*. O termo *cafua* aparece no dicionário acompanhado dos seguintes sinônimos: "1. Antro, esconderijo. 2. Habitação miserável". (FERREIRA, 2000, p. 118). Desta forma, o motel assim nominado goza de pouca reputação, afinal, ele não passa de um *cafua*, provocando uma relação do nome com o que é excluído da sociedade. Seus efeitos de sentido são avassaladores: não dá margens para uma representação positiva, pois as boas moradias, bons pontos comerciais estão distante dessa nomenclatura.

Marginalizado pela estrutura lingüística, coloca-se como de segunda mão, ou seja, um "lugarzinho" qualquer. Independente da estrutura real, a língua marca sua feiúra, sujeira e seu pouco *status*. Eis o estereótipo construído do motel pecado, e, também, do sexo pecado.

O movimento do sujeito dentro da sociedade, os passos que ele dá, os locais que ele frequenta revelam a necessidade de que, mesmo não conhecendo "totalmente o seu sistema cultural, é necessário ter um conhecimento mínimo para operar dentro dele. Além disso, este conhecimento mínimo deve ser partilhado por todos os componentes (...) de forma a permitir a convivência" (LARAIA, 2002, p.86). Só assim, pode-se afirmar, os nomes de certos locais têm força de atuação sobre os sujeitos sociais, fazendo com que certos grupos se oponham a eles e, fazendo outros, sentirem-se familiarizados com ele.

No entanto, por que um nome pejorativo para um ambiente que se pretende ser atrativo? Basta imaginar a idéia de o motel se apresentar como um local em que se pode dar vazão aos instintos e recalques que a vida ordinária impõe e, talvez, possa-se pensar que a solução nominativa seja menos ruim do que pareça ser. O nome do motel é um convite à liberação da libido e às coerções sociais do normalizado por uma certa moral e, de certo modo, todos são sensíveis a determinados apelos, ainda que os mesmos se materializem apenas como fantasias com as quais se sonha.

Motel Dallas: durante algum tempo, uma rede de televisão conhecida tinha em sua programação um seriado intitulado Dallas. Como não poderia ser diferente, tramas e dramas amorosos recheavam os episódios e o imaginário

dos telespectadores. Não se pode afirmar que o *Motel Dallas* tenha seu nome inspirado no seriado que fez grande sucesso, porém, em função de não existir mais, o *Motel Dallas* soa ultrapassado: fama efêmera que morre junto com seu ídolo. Analogia à parte, a memória é atingida pela menção ao estado americano de Dallas, o qual reporta as figuras de vaqueiros, fazendas, dinheiro, altas temperaturas: “calor”: o que não pode, ou não poderia faltar, a um motel. E, também, os cassinos e os seus jogos de azar. O *Motel Dallas* se quis, então, um misto de jogos e de prazeres, na linha de sofisticação sugerida pela riqueza dos fazendeiros de Dallas, efeito de sentido que se pretende vivo e permanente. A ligação com o seriado pode até parecer tornar o motel antiquado (já que o seriado foi apresentado há algumas décadas), mas em situação social “medianamente” reconhecida, e isto é contradito, pois “o [nome] é aquilo que a sociedade o fez ser, e esse mesmo [nome] tenta, debilmente, hesitantemente, às vezes, apaixonadamente, ser outra coisa” (BERGER, 1986, p. 172), mas a sociedade não permite o livre arbítrio: os nomes colam à identidade do ser nomeado.

O *Motel Eclipse* marca relação com o que se esconde, se mistura, se confunde em virtude de uma ocultação momentânea. Escuridão que aos poucos vai *des*-cobrindo o outro, bem aos moldes dos jogos de sedução em que a graça está na intimidade desconhecida, porém revelada aos poucos. Mas é, também, a lua (fêmea) que encobre o sol (macho); é a obscuridade e o frio que, estendendo-se sobre o quente e a luz, os acolhem totalmente, deixando transparecer apenas uma margem forte, brilhante e quente, como se dissesse: tomei-a toda, numa perfeita fusão de corpos: “o Sol e a Lua correspondem respectivamente ao espírito e a alma, assim como as suas sedes – o coração e o cérebro. São a essência e a substância, a forma e a matéria”. (CHEVALIER e GHEERBRANT, 2006, p. 837). Apesar de o dicionário de símbolos de Chevalier e Gheerbrant (2006) dizer que o eclipse se trata de um fenômeno que pré-anuncia um mau agouro, como pensavam os antigos do Egito, Peru e países árabes, por exemplo, tem-se, de acordo com uma das definições do antigo Peru, o efeito da “teogamia Sol-Lua [realizando-se]. Os dois astros se unem, tendo **a Lua seduzido e dominado o Sol**. Situação correspondente à

observada na tradição chinesa: o yin sobrepondo-se a yang” (CHEVALIER e GHEERBRANT, 2006, p. 355-356 – grifos do autor). O deus da luz sofre a presença da lua, até então, um mero satélite sem luz própria (que apenas reflete a luz do sol), mas que se revela poderoso: para os jogos de sedução, o homem estaria sendo dominado pela mulher. Eis a representação de um desejo e a promessa de uma realização: a fêmea frágil sobre o corpo forte, à mercê das vontades femininas.

A fetichização do nome deste motel fica por conta, inclusive, de que a “dominação da mulher sobre o homem” é momentânea, reservada ao espaço íntimo do casal, pois a cultura, sob a ótica machista, recusa, em outras situações, essa inversão de papéis (ainda que uma inversão bastante flexível nos dias atuais), em consequência de que “toda libertação de papéis sociais tem lugar dentro de limites que também são sociais”. (BERGER, 1986, p. 153). Para Berger (1986), os casais são o que são em correspondência daquilo que a sociedade espera deles, afirmando, ainda, que cabe aos sujeitos jogarem o jogo já armado de forma mais ou menos entusiástica. O *Motel Eclipse* seria, então, um enunciado que corresponde à representação de um espaço das relações possíveis e que inexistem ou que só existem sobre forte pressão, na vida social pública. Eis uma fantasia passível de existir.

Assim como poder é algo que se exerce sobre o outro, o *Fascínio* também o é. Não é algo que se pode querer ou deixar de querer. De uma forma “natural”, detém-se ou não se detém a(s) qualidade(s) de fascínio sobre o outro. De acordo com as condições de produção do enunciado, o fascínio, porém, pode já estar impregnado das qualidades culturais que a sociedade atribui ao nome, já que o termo remete a algo ou alguém brilhantes, pouco comum, exuberante em essência e formas: enfim, um ser (ou algo) especial. O *Motel Fascínio*, no gesto de sua nomenclatura, transforma o sujeito “objeto de desejo” naquele ser dotado de qualidades ímpares (mesmo que não fosse): a mulher do corpo ideal; o *gentleman*; o espaço do romance e do sexo. Uma área de perfeição envolve o nome *Motel Fascínio*, que inspira o “fora do comum”. O nome do motel cristaliza o fato de que existem sujeitos com qualidades

máximas de beleza e comportamento a ponto de exercerem poder de sedução sobre o outro.

Não se pode esquecer do discurso que diz ser a sedução uma “arma”. Na ânsia por ser fascinante, acaba-se por se obliterar uma reflexão sobre uma das crises do homem pós-moderno, cuja “identidade surge não tanto da plenitude da identidade que já está dentro do indivíduo, mas de *uma falta* de inteireza que é ‘preenchida’ a partir do *exterior*, pelas formas através das quais imaginam-se ser vistos por outros”. (HALL, 2003, p. 39). O nome *Motel Fascínio* designa o ser maravilhoso que se gostaria de ser, com qualidades sócio-culturalmente delineadas.

Sobre o nome seguinte, *Motel Naiads*, este parece pouco significar. O efeito de sentido é o de um não-sabor, algo insosso que não se consegue definir. Soa próximo à falta de atitude: o motel que menos significa: evita-se alusões e brincadeiras. Mas *Motel Naiads* não tem cheiro e não tem cor: o que pode ser bem propício, como “na-ds”. Casualmente, lá, faz-se sexo. A ausência de sentidos, ou o silenciamento provoca uma reflexão sobre o que pode ser estratégico na escolha do nome, já que o efeito de sentido assegura-se pela textualidade: “o ‘silêncio necessário’, ou seja, o que é preciso não dizer para dizer” (ORLANDI, 2002, p. 174). É um motel e isto basta, pois a cultura lhe deu as devidas funções. Deve-se, assim, considerar o fato de que o niilismo na proposta do nome sussurra a promessa de que o que ali ocorre é um segredo e não há por que ter preocupação de algum tipo de inquietação surgir naquele espaço.

Retomando os nomes cuja memória intervém e propiciam a revelação de possíveis efeitos de sentido, tem-se o *Motel Nuances*. Sexy no nome, o motel incita, por meio da fragmentação do nome, a nudez “*nu-ances*”. E o nu, a partir de duas óticas, vem ao encontro do que o nome pode querer revelar: 1. apresentação da “pureza física, moral, intelectual, espiritual” e, portanto, nada a ver com permissividade; mas também 2. “da vaidade lasciva, provocante, desarmando o espírito em benefício da matéria e dos sentidos” (CHEVALIER e GHEERBRANT, 2006, p, 645), que leva ao sentido mistificado da nudez-pecado.

Nuances, porém, não tem o vocábulo nu isolado, podendo-se compreendê-lo como a sensual exposição à luz negra.

Além do mais, a pronúncia deste nome sugere suavidade, rompendo com os efeitos de sentido, às vezes, mais grotescos que podem ser associados aos motéis. Não se pode deixar de lado também a aliteração produzida pelos fonemas nasais e o som fricativo final que se alonga, recursos que, conjuntamente, prometem entorpecimento, prazer, descanso, lazer e segredo.

Para finalizar

O trabalho aqui exposto, entende-se, só foi possível em função da consideração de que se está frente a um sujeito-autor, posicionado sócio-historicamente e que é, portanto, atravessado pelos efeitos de sentido que sua inserção em certa cultura propiciou. A escolha do tema e sua provocação para análise vêm ratificar um posicionamento frente às práticas discursivas, compreendendo-se que quaisquer que sejam elas, essas são formas reveladoras de como os sujeitos organizam uma dinâmica social e, ao mesmo tempo, seguem lógicas de comportamentos e atitudes, no sentido de que uma representação simbólica, expressa nos nomes de motéis, por exemplo, faz sentido e causa efeitos de sentidos aceitáveis aos participantes onde os enunciados, no caso nome de motéis, circulam, afinal “a linguagem humana é um produto da cultura, mas não existiria cultura se o homem não tivesse a possibilidade de desenvolver um sistema articulado de comunicação” (LARAIA, 2006, p. 52).

Se os nomes de motéis têm o poder de convencer a freqüentar um ou outro, é algo que não se pode afirmar, mas não se pode negar que os nomes dados a estes ambientes buscam produzir um efeito de sentido que sobre-determina o local com determinadas características.

Por fim, em decorrência das breves análises efetuadas, pode-se dizer que os estudos de base sociológica em consonância com os dispositivos teóricos da análise de discurso propiciam reflexões pertinentes para se perceber

como as práticas de nomação não estão separadas da sociedade que as elaboram. O estudo revela, a partir de um corpus em específico, como os discursos que circulam nos nomes, são representações de estruturas culturais determinadas pela sociedade, revelando, ao seu modo, e em cada um deles, formas diferentes concebe-la, sobretudo, em razão de serem nomes marcados pela história que emergem da memória.

Referências

BARTHES, Roland. _____. *O óbvio e o obtuso: ensaios sobre fotografia, cinema, pintura, teatro e música*. (Trad. Léa Novaes). Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BERGER, Peter. *Perspectivas Sociológicas: uma visão humanística*. 25. ed. Trad. Donaldson M. Garschagen. Rio de Janeiro: Vozes, 1986.

CHEVALIER, Jean e GHERRBRANT, Alain. *Dicionário de Símbolos: (mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números)*. Colaboração de André Barbault... [et. al]; coord. Carlos Sussekind; trad. Vera da Costa e Silva ...[et. al]. 20 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2006.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 8. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

HILL, Telenia. *Homem, cultura e sociedade*. Rio de Janeiro: Lucena, 2006.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: um conceito antropológico*. 19. ed. Rio de Janeiro,: Jorge Zahar, 2006.

ORLANDI, Eni P. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. 3. ed. São Paulo: Pontes, 2003.

_____. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. 5. ed. São Paulo: Ed. Unicamp, 2002.

SARTORI, Giovanni. *Homo videns: televisão e pós-pensamento*. Trad. Antonio Angonese. São Paulo: EDUSC, 2001.