

CCBB BRASÍLIA E A IDENTIFICAÇÃO DO CAPITAL COM A CULTURA NA INTERMEDIÇÃO DO DISCURSO

Adelaide Cristina Nascimento de Oliveira¹
Eloísa Pereira Barroso²

Resumo: Uma reflexão sobre como o Centro Cultural Banco do Brasil Brasília apresenta a si mesmo e se constitui como espaço de visitação e acolhimento, por meio do discurso propagado no site da instituição. Tendo a análise de discurso como metodologia, observa-se como o Banco do Brasil utiliza o interdiscurso para, enquanto espaço de visitação, construir e solidificar sua identidade cultural, reafirmando-se como grande promotor e difusor da arte. Ao mesmo tempo, o Centro interpela o visitante, disseminando sua memória institucionalizada e constitutiva, tanto em seu sítio eletrônico quanto em seu espaço físico. De um lado, uma apresentação em discurso direto e objetivo, como determina o texto contemporâneo. De outro, a presença da estrutura ideológica, na medida em que as redes sociais reproduzem modos de fala. Os resultados sugerem que, por detrás do convite para que o visitante seja o protagonista de sua experiência, a linguagem corporaliza o símbolo da instituição financeira dentro de outros universos, instituindo, assim, uma relação com o interlocutor-visitante.

Palavras-chave: CCBB, Hospitalidade, Análise do discurso.

INTRODUÇÃO

Este artigo³ apresenta referenciais de um estudo que reflete sobre como o discurso do Banco do Brasil, por meio dos textos inseridos no site www.bb.com.br/cultura, transforma o Centro Cultural Banco do Brasil Brasília (CCBB DF) em um destino turístico, a partir da categoria hospitalidade. A apresentação de si mesmo se dá por meio do texto “A história”, inserido em sua página na internet. Adverte-se, de antemão, que se trata de um ponto de partida para as inúmeras perguntas imiscuídas nas formulações em constante processo de construção.

É preciso deixar claro que a metodologia utilizada, a análise de discurso, se interessa pela língua e pela gramática, mas não trata de nenhuma das duas. Sua preocupação é para com o discurso, “palavra em movimento, prática de linguagem”

¹ Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (PPG COM/FAC-UnB) e Mestra pelo Centro de Excelência em Turismo (CET-UnB). adecno@gmail.com.

² Doutora em Sociologia pela Universidade de Brasília – UnB, professora do Departamento de Pós-Graduação em História/UnB. eloisabarroso@unb.br

³ Artigo com dados atualizados, fruto de dissertação de Mestrado (OLIVEIRA, 2016), cujas reflexões foram parcialmente apresentadas no I Seminário Mineiro de Pesquisa e Inovação em Turismo (OLIVEIRA & BARROSO, 2016).

(Orlandi, 2013). E quem fala detém o poder (Foucault, 2013). Contudo, esse poder não pertence ao indivíduo que redige o texto, em si, mas a um ente que controla as práticas sociais em um espaço concebido para se exercitá-lo.

E, por meio de um linguajar de informalidade, produzido nas páginas de seu site, o Banco do Brasil penetra no espaço turístico pela categoria hospitalidade, materializando seu símbolo a partir de um lugar que abriga projetos culturais, atraindo públicos diversos. É onde laços de sociabilidade são reorganizados e o poder da porta é reforçado. A “alma do lugar” (Yázigi, 2001) é cultivada nos textos, pois é ela a responsável pelo reconhecimento do CCBB como lugar de visitação e acolhimento.

A reflexão aqui realizada parte do princípio de que o mundo vive sob o efeito de inferências. Acredita-se que é o método escolhido pelo investigador que o auxilia na árdua tarefa de encontrar as chaves para o que procura. Para tanto, o estudo sustenta-se em três etapas, assim denominadas por ser este um caminho percorrido de um ponto ao outro do conhecimento. Na primeira delas, *Um Centro para a capital*, debruça-se sobre as condições de inauguração e manutenção do CCBB como lugar de encontro. Na etapa *Análise do discurso – um caminho que se apresenta*, objetiva-se nortear o campo do conhecimento do objeto sob a ótica que comunga da concepção de Foucault de que linguagem é poder. Na última, *Desnaturalização do texto*, busca-se compreender o enunciado histórico do CCBB DF à luz da análise de discurso.

UM CENTRO PARA A CAPITAL

Além do Distrito Federal, o Banco do Brasil possui outros três CCBBs, nas capitais de Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo. A escolha dos edifícios que abrigam as quatro instituições foi sempre pautada na revitalização da região, na acessibilidade e na valorização de importantes centros históricos das cidades. O CCBB Brasília é o único que foge à regra, ao situar-se fora da área central urbana, no Setor de Clubes Sul, Trecho 2, Edifício Tancredo Neves. O objetivo de sua constituição, porém, passava pela integração.

O parecer [...] de criação do CCBB Brasília, datado de 9 de fevereiro de 2000, [...] expressava uma conotação urbanística, ao assinalar o potencial do prédio escolhido para acolher o projeto, o Edifício Tancredo Neves, complexo projetado por Oscar Niemeyer para sediar a área de gestão de pessoal do Banco do Brasil, construído ao final da

década de 1980, por se localizar “em área que atualmente está sendo reurbanizada – Projeto Orla o que facilitará o acesso por transporte público”. (Vieira, 2006, p.211).

O projeto do complexo foi realizado pelo arquiteto Oscar Niemeyer com o intuito de abrigar o Centro de Formação do Banco do Brasil (Cefor). A proposta original era, assim, voltada, exclusivamente, para o desenvolvimento da educação bancária dos funcionários da instituição financeira. O acesso seria facilitado com a implantação do Projeto Orla (Plano de Ordenamento e Estruturação Turística de Brasília), concebido originalmente para revitalizar o Lago Paranoá. (Governo do Distrito Federal, 1995, p.11). No entanto, o Projeto Orla jamais foi implantado. O Cefor, por outro lado, foi inaugurado em 1993, ainda que as obras previstas no traçado original não tenham sido concluídas até o momento e que, no final dos anos 1990, parte do prédio passasse por uma reforma para receber as instalações do CCBB Brasília. O Banco do Brasil vinha de uma experiência bem-sucedida no Rio de Janeiro. Desde que fora inaugurado, em 1989, o CCBB RJ tornou-se referência no cenário nacional pela qualidade, diversidade e regularidade da programação. Em 12 de outubro de 2000, no mesmo dia em que o Banco completava 192 anos, nascia, na capital federal, o segundo Centro Cultural do Banco do Brasil do País – o terceiro foi implantado em 2001, em São Paulo (SP), e o último em 2013, em Belo Horizonte (MG).

Os resultados positivos não demoraram e, dois anos após sua inauguração, o CCBB Brasília recebia a Comenda da Ordem do Mérito Cultural do Distrito Federal pelos relevantes serviços prestados à cultura brasileira. Entre outubro de 2000 e setembro de 2002, o CCBB havia recebido mais de 300 mil espectadores, para os seus 713 eventos realizados. A acolhida caracterizou-se, desde sempre, um aspecto peculiar para o Centro. (CULTURA E MERCADO, 2002).

No ambiente que convida à convivência, a gastronomia se faz presente por meio de bistrô, restaurante e cafeteria, enquanto uma loja, que é um misto de galeria de arte, artesanato, design e livraria oferece cardápio para ocupar as mentes – todos geridos por empresas privadas. Na área externa, uma exposição permanente e interativa, “Casulo”, composta de obras de Darlan Rosa que animam o dia-a-dia das crianças, uma instalação, “América”, de Denise Milan, além de bancos com espaço para leitura e vista para o Lago Paranoá, um cartão postal da cidade.

Entre meados de 2013 e início de 2015, nova mudança: todo o centro de treinamento dos funcionários foi transferido para um novo imóvel, na zona central de Brasília. O espaço desocupado em todo o primeiro andar entrou em obras e atualmente abriga as instalações do “Museu Banco do Brasil”, inaugurado no dia 10 de outubro de 2016, com documentos de valor histórico, moedas e mobiliário, além da exposição “Acervos do Brasil: História, Cultura e Cidadania”, com pinturas, gravuras e esculturas pertencentes a coleções da própria instituição.

Tem-se, assim, o Edifício Tancredo Neves, idealizado para abrigar apenas uma parcela dos funcionários da instituição financeira, hospedando, em suas instalações, um espaço para apresentações artísticas, o qual se tornou “referência cultural e afetiva” (Souza, 2011) para os cidadãos brasileiros, pela programação que oferece aos seus visitantes. O sisudo prédio de concreto, quem diria, passava a ser visto, por quem a ele se chegava, como um generoso anfitrião, que chegou a acolher, inclusive, os chamados governos de transição de Fernando Henrique Cardoso para Luís Inácio Lula da Silva (2002-2003) e deste para Dilma Rousseff (2010-2011), além de Temer para Jair Bolsonaro (2018-2019). O prédio ainda recebeu o gabinete presidencial de Lula, tendo em vista a primeira grande restauração do Palácio do Planalto, desde que fora inaugurado, em 21 de abril de 1960, além de hospedar secretarias nos governos Dilma e Temer.

O sacrifício do hospedeiro, primeiramente, custa-lhe seu próprio nome. Poucos se referem ao local pelo seu nome oficial, Edifício Tancredo Neves. Todos os que para ali se dirigem vão ao CCBB, ao hóspede que tomou as chaves da casa e apropriou-se do lugar de maneira cativante.

Aos poucos, o visitante vai conhecendo e se reconhecendo no espaço geográfico, promovendo a complexa inter-relação social de que trata Moesch (2004). O tão aclamado “sinta-se em casa” pode tornar o visitante indesejado, caso não aceite as regras do espaço – e ele tem inúmeras formas de fazê-lo. Em pesquisa por sites e jornais, além de consulta aos dados disponibilizados pela gerência do CCBB DF, até o momento, nenhum ato de vandalismo e depredação foi ali registrado ao longo de seus 20 anos de existência. A análise é a de que o visitante respeita as normas e, se as burla, o faz assumindo o posto de anfitrião.

Hospitalidade – uma relação social

Para ser turista, o cidadão não precisa deslocar-se para longe de seu local de residência. Os fluxos ocorrem internamente, com moradores (re)descobrimo sua própria cidade. Depreende-se que seja este o caso do CCBB DF, pela apropriação dos seus espaços pelo cidadão, fato que carrega em si um profundo valor simbólico para os dois sujeitos – o CCBB e o visitante. Simbólico porque, como ressalta Bourdieu (1989), ao contrário do que se poderia pensar, o poder simbólico não está nos sistemas de modo arbitrário, mas é mobilizador, o que o faz ser reconhecido, percebido, como não-impositivo – quando o é.

No turismo, fenômeno contemporâneo, a hospitalidade está sob a ótica do capital. E é este que detém o poder da porta, de decidir quem pode ou não por ela passar.

No CCBB, o visitante adentra a soleira de uma porta simbólica, representada pela passagem da rua para os paralelepípedos que o introduzem ao espaço, placas indicativas sinalizam e o direcionam, assim como os banners expostos ao longo de sua área externa e, em determinados casos, no próprio local expositivo. Para facilitar a locomoção, suprimindo a deficiência do transporte público que serve a região, ofereceu, de outubro de 2001 a maio de 2017, ônibus gratuito, rapidamente identificável pelo público, posto estar sempre *vestido* com a marca do Banco e com a principal mostra no campo das artes visuais exposta no período. O transporte gratuito se mantém desde então apenas para estudantes da rede pública de ensino (BARROS, 2017). Outro *modus operandi* apresentado pela hospitalidade está na recepção, não do dono da casa, em si, mas por quem o representa: em se tratando de um centro cultural, bilheteiros, seguranças, técnicos do teatro, do cinema, das galerias, atendentes de serviços gerais e de limpeza. Nesse ambiente, as boas-vindas são terceirizadas, pois o anfitrião master é impessoal e onipresente.

Jardins, praça, edifício histórico – na condição de ter sido concebido pelo arquiteto Oscar Niemeyer –, serviços gastronômicos, atrações culturais diversas e para todas as idades e trabalhadores dispostos a ajudar compõem o ambiente do CCBB DF. Receber bem, portanto, é uma condição existencial permanente face às circunstâncias sociais (seu patrono é um banco de economia mista; logo, ao mesmo tempo público e

privado), às pressões da opinião pública (do espaço espera-se sempre o melhor e a demarcação do que é ou não arte, do que se produz atualmente nesse campo), aos valores impostos pelos meios de comunicação (a mídia está constantemente em busca de notícias, de novidades, de *cases* de sucesso) e às convenções acadêmicas (os projetos espelham os estudos desenvolvidos e os pautam). Esse “bem receber” vai motivar seu retorno ou não ao local visitado, sua vontade ou não de divulgar o espaço, seu carinho e atenção para com quem o recebe.

Em sua grade de programação estão desde artistas de renome nacional e internacional quanto destaques da região em diversos segmentos – artes plásticas, artes cênicas, música, cinema – o que contribui para criar uma identificação com os residentes, ao valorizar a produção local. Nesse sentido, pratica a política da boa vizinhança, albergando aqueles que lhe são mais próximos. O espaço ainda acolhe com presentes ao premiar os visitantes mais assíduos com catálogos das mostras de cinema (retirados na bilheteria, mediante cartão fidelidade) e os clientes do Banco com convites especiais para pré-estreias e visitas guiadas especiais, dentre outras ações de valorização do seu público. O fortalecimento do vínculo social gera “a fidelização, o algo a mais oferecido ao cliente”. (Camargo, 2011, p.22).

Não se deve esquecer que há um mentor a balizar todas as ações do Centro Cultural e que este é, essencialmente, um ente cuja origem assenta-se no polo financeiro.

ANÁLISE DO DISCURSO – UM CAMINHO

A linguagem e seu funcionamento vêm sendo estudados desde Ferdinand de Saussure, cujas postulações teóricas estabeleceram o objeto da Linguística. Era o início da descrição do conjunto de regras da comunicação. As remissões do linguista e filósofo genebrino revolucionaram esse campo de pensamento ao instituir classificações para a língua e a fala, os signos ou unidades significativas, o significante e o significado. (Brandão, 2012, p.108). Na perspectiva discursiva, no entender de Brandão, linguagem “é interação, um modo de ação social”, e por isso vai além de sua identificação apenas como instrumento de comunicação.

Brandão concorda também com Orlandi (2013) quando afirma que o discurso está relacionado à conexão de processos ideológicos e fenômenos linguísticos. Na sua

concepção, a discursividade depende das relações do discurso com o contexto sócio-histórico. E, assim, abrem-se as portas para a abordagem de duas vertentes que vão influenciar a AD de corrente francesa: ideologia, na perspectiva de Louis Althusser (1918-1990), e discurso, sob a concepção de Michel Foucault (1926-1984).

Michel Foucault, embora tenha sido filósofo e não linguista, inspira pesquisadores ao apregoar que a construção de um objeto do saber deve levar o pesquisador a interrogar o próprio discurso sobre suas regras de formação. Em seu trabalho, defende a existência de processos internos de controle e delimitação do discurso, no qual o autor é a unidade e a origem das significações do discurso, o núcleo de sua coerência. Para o genebrino, o autor é responsável pelo texto que produz, mas ele limita sua função a um quadro restrito e, conseqüentemente, privilegiado, de produtor original da linguagem. Nesse contexto, Orlandi se difere do mestre, pois amplia a noção de autoria para o uso corrente, enquanto função discursiva do sujeito, dessemelhante da de enunciador e de locutor.

Na perspectiva francesa, de prática escolar da explicação textual e reflexão sobre texto e história, Maingueneau proclama a primazia do interdiscurso sobre o discurso: “[...] a unidade de análise pertinente não é o discurso, mas um espaço de trocas entre vários discursos convenientemente escolhidos”. (Maingueneau, 2008, p.12). Por interdiscurso, explica Orlandi (2013), entende-se a interconexão entre diferentes formações discursivas. Tomando-se essa definição, o interdiscurso está presente na própria denominação do CCBB, ao unir o caráter financeiro e em seu papel de mecenas, representado pelo Banco do Brasil, com o lúdico e acolhedor, na forma do Centro Cultural. A linguagem, como intermediadora dessa relação, materializa o símbolo Banco do Brasil dentro da cultura.

Infere-se, com isso, que a linguagem não é transparente, mas polissêmica e parafrástica. A produção de sentidos é relacional e depende do posicionamento do autor, do leitor e da obra: “Diversos são os recursos disponíveis na língua ao produtor de textos para posicionar-se em relação àquilo que expressa [...]” (Vian Jr., 2009, p. 100).

Ao dispositivo retórico, cabe reconhecer a existência de um ordenamento convenientemente reelaborado, o que remete a Bakhtin (2009), que insere em suas considerações o enunciado enquanto realidade da linguagem e percebe nele um

elemento importante: “a presença de um enunciador (quem fala, quem escreve) e de um receptor (quem ouve, quem lê)”. O estudioso identifica a importância da interação verbal e do interlocutor nas relações de comunicação. Para ele, o *interlocutus* não é um elemento passivo na constituição do significado.

Na dimensão textual, cabe lembrar, a unidade básica de análise é o texto, composto por vários segmentos. Daí a necessidade de se investigar se o CCBB DF adota, em seu próprio site (e em outras plataformas das redes sociais), uma linguagem específica voltada para a construção e solidificação de sua identidade cultural posto que é para comunicar a si mesmo como lugar de visitação e de acolhimento para o turista que utiliza como ferramentas os textos inseridos no site www.bb.com.br/cultura, dentre outros recursos.

O discurso do Banco está a serviço do convite ao público visitante que, como receptor, tanto pode atender a esse chamado quanto a ele renunciar.

DESNATURALIZAÇÃO DO TEXTO

Como se observa, a análise do discurso estende um campo amplo e irrestrito ao pesquisador que pretende analisar os contextos das formações discursivas, bem como o funcionamento da linguagem. E o que se verifica no discurso sobre a história do CCBB DF publicado em sua página na internet são as marcas do interdiscurso.

Figura 1. Conheça nossa história.

A História

- O CCBB Brasília localiza-se no Setor de Clubes Sul, Trecho 2 (próximo à ponte JK), no Edifício Tancredo Neves, projeto de Oscar Niemeyer, inaugurado em 1993 como sede do Centro de Formação do Banco do Brasil.
- No final da década de 1990, parte do prédio foi reformada para abrigar as instalações do CCBB Brasília, com o objetivo de inserir a capital do País no roteiro internacional dos grandes eventos e produções culturais. Com projeto paisagístico assinado por Alba Rabelo Cunha, o harmonioso conjunto arquitetônico de dois andares está pousado sobre pilotis e divide-se em módulos, cabendo ao CCBB parte do prédio principal.
- Inaugurado no dia 12 de outubro de 2000, o CCBB Brasília é o segundo museu/centro cultural mais visitado no Brasil e o 43º no mundo, de acordo com o ranking da publicação inglesa The Art Newspaper (abril/2013).
- O prédio possui uma área construída de aproximadamente 20.551m². O CCBB ocupa 7.000m² desse total, além de uma área externa (jardins e estacionamento) com 23.940m².

Fonte: <http://culturabancodobrasil.com.br/portal/distrito-federal/>. Acessado em 05jan.2016

Focando-se na exterioridade do texto nota-se, em torno da ideia geral, um discurso pleno de adjetivos, autoelogios e ostensivas pretensões. É o anfitrião em seu esforço por convencer seu conviva de suas qualidades e nobres origens. A opção de apresentar sua historicidade em forma de tópicos e não em prosa denota, ainda, a necessidade de se comunicar objetivamente aquilo a que se propõe. O discurso direto é impositivo e conduz, direciona o leitor para o viés pretendido pelo falante.

No campo minado da informação, a primeira referência é sua instalação, seu endereço: “O CCBB Brasília localiza-se no Setor de Clubes Sul, Trecho 2 (próximo à ponte JK), no Edifício Tancredo Neves”, demonstrando que não se trata de um espaço qualquer, mas de um lugar gerido em um ambiente elitizado (Setor de Clubes Sul). Tal fator pode levar à exclusão de visitantes que não se sintam partícipes da região. No entanto, Magali Bessone (2011) lembra que os excluídos estão incluídos na sociedade e quando a autora evoca Saül Karsz, ainda adverte que essa condição é definida pela “posição do locutor”. Assim, ao mesmo tempo, quem fala dá indicações precisas para se chegar ao local: Setor de Clubes Sul, Trecho 2, (próximo à ponte JK), o que leva a intuir que o *locutore* objetiva fazer convergir a si o maior público possível. O leitor interessado pode, com tais dados, chegar ao local por diversos meios de transporte.

Em seguida, menciona-se a autoria do desenho arquitetônico, “projeto de Oscar Niemeyer”, o mais famoso arquiteto brasileiro, também conhecido por suas criações monumentais. A informação já funciona como um convite para visita; afinal, suas obras são referência em todo o mundo e um capítulo à parte na constituição da capital federal. A sua destinação – “inaugurado em 1993, como sede do Centro de Formação” – mostra o caráter exclusivista e restrito do prédio – naquele início da década de 1990, apenas para funcionários da instituição, indicando, ainda, uma preocupação com a capacitação, a disciplina e o aperfeiçoamento do seu corpo técnico. A propriedade “do Banco do Brasil” sela o comunicado primeiro do objeto de estudo: no recinto de construção do conhecimento – “Centro de Formação” – o domínio é de um agente financeiro.

O segundo tópico informativo indica mudança de direcionamento na destinação do edifício, pois não havia 10 anos que seu funcionamento era restrito à formação dos empregados do BB e já recebia nova roupagem: “No final da década de 1990, parte do

prédio foi reformada para abrigar as instalações do CCBB Brasília”. E a alteração não era para mais um serviço usual da empresa, agência bancária, sede de superintendência, diretoria, unidade operacional ou estratégica. Haveria um centro promotor de cultura e, como tal, imbuído de conexão ideológica, manifesta pela dupla função de mecenas (BB) e proprietário das “instalações”.

A reforma também não se pretendia tímida, mas grandiosa e imponente, vocacionada a “inserir a capital do País no roteiro internacional dos grandes eventos e produções culturais” – sem elucidar de que forma intencionava fazê-lo. A necessidade de nominar o autor do projeto novamente aparece na próxima sentença – “Com projeto paisagístico assinado por Alba Rabelo Cunha” –, reforçando a identidade do lugar e remetendo ao poder que o Banco, como patrocinador e mentor, tinha na escolha de quem ele queria ao seu lado na construção do seu Centro – como já havia ocorrido com Niemeyer. A preocupação em estabelecer controle sobre o que edifica está presente na adjetivação e no orgulho de apresentar o espaço que ocupa: “o harmonioso conjunto arquitetônico de dois andares está pousado sobre pilotis e divide-se em módulos, cabendo ao CCBB parte do prédio principal”. O ambiente, outrora exclusivo, passava a ser público e a ele estava destinado não um canto, ou um simples pedaço, mas “parte do prédio principal”, demonstrando que o CCBB nascia para se fazer presença na paisagem urbana de Brasília.

No terceiro item, uma data de inauguração emblemática: “12 de outubro de 2000”. Alguns anos antes, neste mesmo dia do ano de 1989, o BB inaugurara seu primeiro Centro Cultural, o do Rio de Janeiro, no edifício que outrora abrigou a presidência da instituição. Essa também é a data de aniversário do próprio Banco do Brasil, criado por ordem de D. João VI, logo em sua chegada a então colônia, no ano de 1808. O dia é também representativo por outros dois motivos: é feriado nacional, por pretexto religioso – dia da padroeira do Brasil, Nossa Senhora Aparecida – e Dia das Crianças. Essa dupla, que, aparentemente, nada tem a ver com as ambições artístico-culturais-sociais-financeiras do Centro, acaba contribuindo para com o espaço que, anualmente, prepara uma programação especial nesta data, com vistas a angariar um público partícipe e ávido por novidades em seu dia de dispensa do trabalho.

O texto ainda apresenta o CCBB como um território animado, de constante movimento, onde não há mesmice, marasmo. Localiza-se no Setor de Clubes, o que remete ao lazer – ao tempo do não trabalho, na concepção de Joffre Dumazedier, ou do ócio criativo, para Domenico De Masi; tem instalações criadas por Niemeyer – por si só chamariz de turistas amantes da arquitetura – ostentando posições de destaque no Brasil e no mundo no campo da visitação pública; e, por fim, oferece ampla área livre, disponível para passeios, piqueniques, encontros e reencontros.

Na sequência histórica, a confirmação de que o investimento foi produtivo. A análise apresentada é a de que a sociedade (brasiliense) recebeu, adotou o novo *produto*, tornando-o uma força reconhecida no Brasil e no mundo: “o CCBB Brasília é o segundo museu/centro cultural mais visitado no Brasil e o 43º no mundo, de acordo com o ranking da publicação inglesa *The Art Newspaper* (abril/2013)”. A informação não esclarece quando o Centro atingiu esse patamar, nem como se deu tal levantamento de público, nem como chegou à publicação anglo-saxônica. Tais lacunas, no entanto, permitem ao investigador observar que o CCBB vem impondo uma identidade própria, assumindo-se como sujeito e colocando-se junto à sociedade, evitando uma possível rejeição de sua identidade instituída.

Os lapsos, no entanto, remetem a outra característica a ser destacada no campo da AD, a importância do esquecimento na construção da linguagem. Para Orlandi, ao lembrar M. Pêcheux de “*Les vérités de la palice*”, o ser humano, necessariamente, passa por dois esquecimentos constitutivos da linguagem: Paráfrase e Polissemia. O polissêmico é um esquecimento ideológico e está na instância do inconsciente (aparentemente, quem falou foi o presidente da República, mas não foi ele, pois aquele dizer já existe). Já o parafrástico é um esquecimento da ordem da enunciação. Estamos sempre reproduzindo e ressignificando o que foi dito antes de nós (Foucault); os sentidos vêm do contexto e dependem da interpretação.

Infere-se, com isso, que a linguagem não é transparente, assim como o sentido. Para falar, o locutor esquece. Ele não fala sozinho, mas constrói o seu dizer. Aquilo que ele disse pode ser dito de diversos modos. A linguagem é polissêmica, possui muitos sentidos, e é parafrástica porque o locutor reorganiza o que já foi dito. A produção de sentidos é relacional e depende do posicionamento do autor, do leitor e da obra.

Entende-se que o texto tem memória radicada tanto na do emissor quanto na do receptor. “O texto é a unidade que o analista tem diante de si e da qual ele parte”. (Orlandi, 2013, p.63). Em ambos os casos, portanto, os sentidos dependem da interpretação. É sob esse aspecto que o terceiro tópico de *A história* segue sob análise.

O texto acompanha a nomenclatura da edição inglesa, dando ao espaço um *status* diferenciado. Ele não é somente um centro cultural, mas um “museu”, denominação que aumenta seu valor no universo da ressignificação.

O quarto e último item da historicidade demonstra a monumentalidade, a imponência do ambiente: “O prédio possui uma área construída de aproximadamente 20.551m². O CCBB ocupa 7.000m² desse total, além de uma área externa (jardins e estacionamento) com 23.940m².” A necessidade de apresentar a dimensão espacial é tão premente que a norma culta da Língua Portuguesa é *esquecida* na grafia “m²”. É nesse território que o Banco do Brasil exerce seu domínio no campo da programação, ao oferecer ao visitante a oportunidade de acompanhar exposições e espetáculos inéditos, de renomados artistas, possibilitando a troca de ideias – por meio da promoção de palestras – e do seu programa educativo, o qual retoma o caráter de formação que, desde o início, caracteriza o espaço.

Passados sete anos, a descrição não mais se encontra no site, sendo direcionada à plataforma Google Arts, com a qual o BB estabeleceu parceria em 2018 para exibir parte de suas mostras on-line. O formato mudou e ao texto foi apenas acrescentado, ao final da última frase, a descrição “com espaços diversos para diferentes atrações culturais, como música, teatro, cinema e exposições”. O interesse é reforçar a diversidade, como se vê abaixo, na Figura 2.

Figura 2. Informações da página

O CCBB Brasília localiza-se no Edifício Tancredo Neves, projeto de Oscar Niemeyer. No final da década de 1990, parte do prédio foi reformada para abrigar as instalações do CCBB Brasília, com o objetivo de inserir a capital do país no roteiro internacional dos grandes eventos e produções culturais. Com projeto paisagístico assinado por Alba Rabelo Cunha, o harmonioso conjunto arquitetônico de dois andares está pousado sobre pilotis e divide-se em módulos, cabendo ao CCBB parte do prédio principal. Inaugurado no dia 12 de outubro de 2000, o CCBB Brasília é o terceiro museu/centro cultural mais visitado no Brasil e o 59º no mundo, de acordo com ranking da publicação inglesa *The Art Newspaper* (abril/2017). O prédio possui uma área construída de aproximadamente 20.551 m². O CCBB ocupa 7.000 m² desse total, além de área externa (jardins e estacionamento) com 23.940 m², com espaços diversos para diferentes atrações culturais, como música, teatro, cinema e exposições.

Fonte: <https://artsandculture.google.com/partner/ccbb-brasil>. Acesso em 30abr2021

Por meio da programação e do acolhimento, o CCBB DF conquista os visitantes e ganha *anima*: “Há alma quando há paixão das gentes pelo lugar.” (YÁZIGI, 2001, p. 24). Antes, porém, já o faz por meio da linguagem, lugar da constituição da subjetividade e no qual o sujeito ocupa posição privilegiada, pois se encontra no campo discursivo criado da relação com os outros (interlocutor e mensagem). O Centro se transforma, pouco a pouco, em um espaço no qual o indivíduo estabelece a prática turística, na medida em que ele próprio se torna protagonista de conhecimento e vivência de novas experiências.

Quando se observa o pronunciamento do CCBB DF, em sua apresentação biográfica, emerge a imagem-conceito do Banco do Brasil. Trata-se de um posicionamento da empresa no universo mercadológico e como ente público relacionando e apropriando-se da linguagem da informalidade para penetrar em outros espaços, (re)criando uma identidade cultural para uma marca originalmente financeira. Contudo, como ressalta Camargo (2011, p.17), as leis da hospitalidade abrangem tanto quem recebe quanto quem é recebido. E a retribuição esperada é o afluxo desse público.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, por meio da Análise do Discurso, observa-se como o Banco do Brasil utiliza o interdiscurso para construir e solidificar sua identidade cultural, reafirmando-se como grande promotor e difusor da arte. Ao mesmo tempo, interpela o visitante pela ideologia, disseminando sua memória institucionalizada e constitutiva tanto em seu sítio eletrônico quanto em seu espaço físico. Os implícitos são interpretados e ressignificados à luz da análise do discurso.

Buscou-se, neste artigo, apresentar referenciais que vêm embasando estudos os quais, por meio da análise de discurso, refletem sobre como o CCBB se apresenta e se constitui pelo discurso propagado em sua página na internet. A formulação discursiva escolhida é emblemática, visto intitular-se “A história” e tratar das origens e condições de funcionamento do espaço. De um lado, uma apresentação em discurso direto e objetivo, como determina o texto contemporâneo, produzido para o veículo indicado. De outro, a presença da estrutura ideológica, na medida em que as redes sociais reproduzem modos de fala. Observa-se que, por detrás do convite para que o visitante seja o protagonista da experiência turística, o Banco do Brasil se materializa enquanto

fomentador de cultura. Em outras palavras, a linguagem corporaliza o símbolo do Banco dentro da cultura, instituindo, assim, uma relação com o interlocutor-visitante-cidadão.

A cena hospitaleira, neste cenário, é composta por um ritual que começa com um convite. Efetuado pelo meio virtual, esse é construído de modo a estabelecer, por meio do discurso, a identidade do espaço como lugar de acolhimento. E, ainda que seja público, inclui – os que apreciam a programação proposta pelo Centro Cultural Banco do Brasil Brasília – e exclui – os não-aderentes ou desinteressados pelo tema. “Os incluídos são os iguais de alguma forma” (Camargo, 2011, p.15).

Sob o ângulo do anfitrião, especialmente no de viés mercadológico, valorizar o visitante é parte de sua estratégia. A segmentação de públicos, por meio de programação diversificada e brindes, tende a reforçar o vínculo social e a fidelização do cliente do principal mecenas do espaço. A cada um, anfitrião e hóspede, cabe executar uma tarefa. Um e outro devem honrar-se mutuamente, ainda que riscos se façam presentes – para quem chega, o da rejeição ou da opressão, para aquele que recebe, o da inconveniência.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, M. (Voloshínov, 1929). **Marxismo e filosofia da linguagem**. 15ª ed. São Paulo: Editora Hucitec, 2009.
- BARROS, Kêmyly. O triste fim dos ônibus do CCBB. Brasília. **Estação Brasília**, Brasília, 2017. Disponível em: <http://estacaobrasilia.com.br/index.php/2017/09/11/o-triste-fim-dos-onibus-do-ccbb-2/>. Acesso em: 29abr2021.
- BESSONE, M. Exclusão: excluído e marginalizado. In: MONTANDON, A. (org.). **O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. São Paulo: Senac, 2011. p. 1089-1102.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.
- BRANDÃO, H. H. N. **Introdução à análise do discurso**. 3ª ed. rev. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2012.
- CAMARGO, L. O. D. L. Apresentação à edição brasileira: O estudo da hospitalidade. In: MONTANDON, A. (org.). **O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. São Paulo: Senac, 2011. p. 13-30.
- CULTURA E MERCADO. CCBB Brasília completa 2 anos. **Cultura e Mercado**, 2002. Disponível em: <https://culturaemercado.com.br/ccbb-brasilia-completa-2-anos/>. Acesso em: 29abr.2021.
- Foucault, M. **A ordem do discurso: Aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970**. 23ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2013.
- GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL. **Revista Projeto Orla, Brasília XXI**. Brasília: GDF, 1995.
- Maingueneau, D. **Gênese dos discursos**. Tradução de Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2008 (2012, reimpressão).

Moesch, M. M. **Epistemologia Social do Turismo**. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2004. Tese apresentada à Escola de Comunicação e Arte da Universidade de São Paulo.

OLIVEIRA, A. C. (2016). O CCBB como anfitrião: uma reflexão sobre o turismo e a hospitalidade a partir do discurso proferido pelo Centro Cultural Banco do Brasil Brasília no site e no Facebook. Brasília, DF: CET: Universidade de Brasília.

OLIVEIRA, A. C., & BARROSO, E. P. Estudos do Discurso no Contexto do CCBB Brasília: A Materialização de um Símbolo Financeiro em um Símbolo Cultural. **Revista Marketing e Tourism Review**, dez/2016.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso: Princípios & procedimentos**. 11ª ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2013.

Souza, Z. de. Assim. bem CCBB. **Revista do Correio**, Brasília, junho 2011. ISSN http://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/revista/2011/06/24/interna_revista_correio,258370/assim-bem-ccbb.shtml.

Vian Jr., O. O sistema de avaliatividade e os recursos para gradação em língua portuguesa: questões terminológicas e de instanciação. **Delta**, 2009, p. 99-129.

VIEIRA, M. E. D. M. Distinção, cultura de consumo e gentrificação: O Centro Cultural Banco do Brasil e o mercado de bens simbólicos, Brasília, fevereiro 2006. Tese apresentada ao Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília/UnB.

YÁZIGI, E. **A alma do lugar: turismo, planejamento e cotidiano**. São Paulo: Contexto, 2001.