



A Dimensão Pragmática em Textos Publicitários e Manchetes¹

Gustavo MENEGUSSO²

Elias José MENGARDA³

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM/Cesnors)

Resumo

Este artigo apresenta um conjunto de textos publicitários e jornalísticos analisados à luz da Pragmática da Comunicação. Essa análise parte, inicialmente, de um referencial teórico abordando os conceitos pragmáticos estudados por pesquisadores e filósofos conhecidos no mundo da Lingüística, como John Austin, Mikhail Bakhtin, Paul Grice e Oswald Ducrot. Através das obras desses autores propõe-se observar a importância da Pragmática dentro do processo comunicacional e como o ser humano pode realizar ações por meio dos atos de fala. Os procedimentos de análise pragmática permitem que se descubra o que a comunicação esconde nas “entrelinhas”, ou seja, o que está implícito no discurso, quais são as marcas da caracterização da linguagem argumentativa, dos planos de enunciação e da presença de polifonia e os efeitos produzidos por tais marcadores de pressuposição.

Palavras-chave: Comunicação; Linguagem; Pragmática.

1 Introdução

Historicamente, a linguagem humana sempre foi objeto de investigação por parte de filósofos, psicólogos, lingüistas e educadores em geral. No entanto, são pesquisadores como Saussure e Chomsky que vão impulsionar e desenvolver teorias relacionadas à Lingüística Moderna em bases científicas. Saussure descreveu os princípios básicos do sistema lingüístico (fonologia, morfologia, sintaxe e semântica), enquanto Chomsky direcionou suas pesquisas na área da sintaxe gerativa. De modo que ambos procuraram descrever a língua quanto a sua estrutura e não ao seu contexto de uso. É na Europa que começam a surgir vários estudos voltados à compreensão da linguagem como uma forma de ação e interação social. De acordo com Koch (2006, p. 8), o conceito de ação e de interação social será “capaz de possibilitar aos membros de uma sociedade a prática dos mais diversos tipos de atos, que vão exigir reações semelhantes, levando ao estabelecimento de vínculos e compromissos anteriormente inexistentes”.

¹ Trabalho apresentado na Sessão Teorias da Comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Acadêmico do quarto semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo da UFSM/Cesnors, campus de Frederico Westphalen. E-mail: gmenegusso@yahoo.com.br

³ Orientador do trabalho. Dr. em Lingüística pela UFSC e professor do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM/Cesnors, campus de Frederico Westphalen. E-mail: mengarda@smail.ufsm.br



Austin e Grice foram os precursores dos primeiros trabalhos relacionados à ciência da Pragmática. Austin (1965) proporcionou uma nova concepção à Linguística, mostrando por meio da sua teoria, a visão performativa da linguagem, ou seja, a capacidade do homem em realizar ações por meio dos atos de fala. Já Grice (1975) revelou que a comunicação natural pode informar conteúdos implícitos, capazes de provocar a violação de uma das suas máximas conversacionais que regem o princípio da cooperação.

Assim nasce a Pragmática, a ciência que estuda o significado das palavras e dos enunciados dentro de um determinado contexto, extrapolando o sentido literal dos enunciados e demonstrando o que se encontra implícito na comunicação.

Portanto, neste artigo pretende-se explorar ou desenvolver uma análise de textos publicitários e manchetes jornalísticas a partir dos princípios teóricos da Pragmática da Comunicação.

2 As Teorias da Linguagem

Muitos estudiosos empenharam-se em desenvolver teorias importantes para explicar o processo de ação/interação humana por meio da linguagem. Entre eles destacam-se Bakhtin (1981) com a Teoria da Enunciação, Austin (1965), com o desenvolvimento da Teoria dos atos de fala, Vigotsky (apud Koch, 2006), com a Teoria da atividade verbal e Grice (1975), com o desenvolvimento do Princípio da cooperação e das máximas conversacionais. A seguir passamos a desenvolver os princípios básicos da teoria da enunciação que servirá de aporte teórico para a compreensão e interpretação dos dados do nosso estudo.

2.1 Teoria da Enunciação

A Teoria da Enunciação, formulada por Bakhtin (1981), explica os significados dos enunciados produzidos pelas falas dos indivíduos de uma determinada língua, levando em consideração não só o sentido desses enunciados como também suas condições de produção, entre elas, as destacadas por Koch (2006, p. 12), “as relações sociais, os papéis representados pelos interlocutores, o tempo, o lugar e os objetivos visados na interlocução”. Por exemplo:

O enunciado “Você está bem”, em diversas situações da enunciação, pode apresentar sentidos diferentes, como uma pergunta (Você está bem?), uma afirmação, uma



demonstração de surpresa para alguém que não via essa pessoa há algum tempo e pela última vez que a viu ela estava doente, (Você está bem!), pode tratar-se de um convite para uma festa ou ser uma simples constatação.

A enunciação mostra os diversos sentidos de como o que se diz é dito, isto é, o significado que cada enunciado pode expressar dentro de um determinado contexto ou situação.

Segundo o lingüista Benveniste (apud KOCK, 2006) quanto ao sistema verbal, a enunciação apresenta dois diferentes planos: o discurso e a história. Na história, os fatos são narrados sem o envolvimento do locutor e há a presença de pronomes de não-pessoa (ele/ ela) e de verbos no modo indicativo, nos tempos pretérito perfeito simples, imperfeito, mais-que-perfeito e futuro do pretérito.

Quanto ao discurso, há a presença de um locutor (eu) e um ouvinte (tu), sendo que o primeiro tem a função de influenciar o outro de alguma maneira. Os tempos que caracterizam esse plano são o presente, o pretérito perfeito composto e o futuro do presente. Um exemplo de enunciação, na forma discurso, são as crônicas jornalísticas, quando o escritor/locutor escreve o seu texto crítico-opinativo a respeito de determinados temas, para um público leitor, nesse caso, os interlocutores, que podem ou não, deixar-se influenciar pela opinião do cronista.

2.2 Teoria dos Atos de Fala

A Teoria dos Atos de Fala, que teve como precursor o filósofo Austin, descreve sobre os tipos de ações humanas que se concretizam por meio da linguagem, ou seja, os atos de fala, também conhecidos como atos do discurso.

Segundo Austin (1965), os atos de fala podem ser classificados em três tipos:

- a) Ato locucionário: é o ato do dizer, o proferimento da sentença;
- b) Ato ilocucionário: é o ato que se realiza no enunciado, é a ameaça ou promessa deixada pelo locutor;
- c) Ato perlocucionário: é o efeito produzido sobre o interlocutor que implica na realização de uma ação.

Veja no exemplo abaixo, como podem ser empregados os três atos de linguagem:

A mãe disse para o filho:

- Vou cancelar a Internet!



Nesse exemplo, a sentença “Vou cancelar a Internet” é o ato locucionário. A ameaça que a mãe faz ao menino, caso ele não vá fazer a lição de casa, ou outra tarefa solicitada, é o ato ilocucionário. No caso de o menino sair da frente do computador e deixar de pesquisar na Internet, ele vai realizar uma ação, que é o efeito produzido pela ameaça da mãe. Essa ação realizada é conhecida também como força ilocucionária, que é característica do ato perlocucionário.

Além dessa distinção, Austin classifica os atos de fala em diretos e indiretos. Os diretos são realizados através de determinadas formas lingüísticas como o uso de verbos no imperativo, entonações típicas para perguntas e empregos de algumas expressões (por favor, por gentileza) para a realização de pedidos e solicitações. Por exemplo:

Em que mês estamos?

Por favor, garçom traga-me um pastel.

Por outro lado, os atos de fala indiretos são aqueles realizados a partir do conhecimento de mundo do interlocutor, que pode perceber ou não qual é a ação implícita no enunciado. Por exemplo:

Os alunos chegam até a sala de aula e se incomodam com o calor insuportável do ambiente. Um deles reclama em voz alta:

- Que sala abafada!

Rapidamente, o professor se encaminha para abrir a porta e/ou as janelas ou ainda ligar os ventiladores para tentar amenizar a situação.

Nesse enunciado, o professor entendeu a mensagem que estava implícita na fala do aluno, e realizou a ação.

2.3 Teoria da Atividade Verbal

A Teoria da Atividade Verbal, baseada nas idéias de Vigotsky, explica a linguagem como uma atividade social realizada para determinados fins. Nesse sentido, como coloca Koch (2006, p.23) “toda atividade lingüística seria composta por: um enunciado, produzido com dada intenção, sob certas condições necessárias para o atingimento do objetivo visado e as conseqüências decorrentes da realização do objetivo”.

Assim o locutor seria o responsável por levar ao interlocutor a compreensão do objetivo ou da informação e para isso Koch acrescenta que:



o locutor deve realizar atividades lingüístico-cognitivas tanto para garantir a compreensão (tais como repetir, parafrasear, completar, corrigir, resumir, exemplificar, enfatizar, etc.), como para estimular facilitar ou causar a aceitação (fundamentar, justificar, “preparar o terreno”, etc.) (KOCH, 2006, p. 24).

A partir da realização dessas atividades lingüístico-cognitivas o locutor, tornar-se-ia então, capaz o suficiente para garantir que a informação fosse entendida pelo leitor.

No entanto, o que contraria essa teoria soviética, é a idéia, também defendida por Koch, de que o interlocutor, juntamente com o seu conhecimento de mundo, é capaz de interpretar os elementos presentes no texto, relacionando-os ao contexto onde estão inseridos, e assim, ele mesmo, construir o sentido produzido pelo enunciado. Nessa perspectiva vejamos o que Cervoni declara:

o mais notável parece-me ser aqui que o universo, isto é, o contexto de todos os esquemas da comunicação, concebido como entidade referencial global, deve ser considerado como um participante ativo do acontecimento de interlocução, e não apenas como uma circunstância inerte. [...] No ato de comunicação o contexto fala, para dar a sua opinião sobre a verdade das proposições. (CERVONI, 1989 apud RANGEL, 2004).

Portanto, as palavras de Cervoni justificam a importância do contexto para o processo de interpretação do sentido dos enunciados, por parte do receptor.

Entre as atividades realizadas pela teoria da atividade verbal, está a produção de inferências. Segundo Koch (2006, p. 25) “nenhum texto apresenta de forma explícita toda a informação necessária à sua compreensão: há sempre elementos implícitos que necessitam ser recuperados pelo ouvinte/leitor por ocasião da atividade de produção do sentido”. Assim, as inferências desempenham um importante papel na interlocução, permitindo ao leitor estabelecer relações com o que se encontra implícito no texto e a partir do seu conhecimento de mundo e do conhecimento partilhado, obter a informação necessária para a compreensão total da mensagem. Veja a seguir um exemplo:

- (A) Você foi à festa ontem à noite?
- (B) Eu tive a intenção.

Nesse exemplo o interlocutor poderá inferir/deduzir que (B) não foi à festa.



2.4 Princípio da Cooperação

Segundo o filósofo americano Grice (1975) a comunicação humana compreende um processo cooperativo entre o falante e o ouvinte, onde um possa entender o que o outro quis dizer. A esse processo, o autor chamou de Princípio da Cooperação.

Esse princípio é formado por quatro máximas:

a) Máxima da qualidade: a sua contribuição deve ser verdadeira; “não diga o que você pensa que seja falso”.

b) Máxima da quantidade: a sua contribuição deve conter somente o necessário; “não diga nem mais nem menos do que o exigido”.

c) Máxima da relevância: a sua contribuição deve ser relevante; “não diga o que não for importante”.

d) Máxima de modo: a sua contribuição deve ser clara e suficiente para ser entendida; “fale de maneira ordenada e sem obscuridades”.

No entanto, pode ocorrer que o locutor ultrapasse os limites definidos pelo princípio da cooperação e infrinja, intencionalmente ou necessariamente, uma das máximas, cabendo, então, ao interlocutor “fazer uma série de cálculos mentais a fim de buscar uma interpretação para tal enunciado” (DASCAL, 1982 apud OLIVEIRA, 2006). Desse modo, pode-se descobrir qual foi o motivo da violação. A essas infrações, cometidas no ato do discurso, Grice denominou de implicaturas, ou seja, atribuições ou insinuações feitas pelo falante ou inferidas pelo ouvinte e que não se encontram expressas no enunciado.

De acordo com Grice (1975), existem dois tipos de implicaturas: as conversacionais e as convencionais. As implicaturas conversacionais são aquelas desencadeadas por princípios ligadas a comunicação e ao contexto em que elas se encontram como afirma Franco:

As implicaturas conversacionais encontram-se fora do significado e dependem do contexto tomado em sentido amplo. A dependência do contexto é tão representativa que a seqüência do texto pode anular a implicatura. Este tipo de implicatura subsiste na substituição de expressão sinônima, devido à sua característica não separável. A implicatura convencional não tem relação com valor de verdade, nem com formas lingüísticas. Sua razão de ser é encontrada a partir do dito, no momento da situação de fala comum a falante e ouvinte. O falante implica e o ouvinte infere (FRANCO, 2006).



A seguir apresentamos as implicaturas convencionais que são provocadas por algumas expressões lingüísticas ligadas ao sentido literal das palavras. De acordo com Franco (2006), as implicaturas convencionais ou lexicais estão relacionadas às formas lingüísticas do enunciado, ou seja, ao léxico, ao significado convencional das palavras. O que o falante quer comunicar ou dizer encontra suporte na convenção. Como propriedades inerentes, a implicatura convencional é não anulável pela seqüência textual, possui autonomia em relação ao contexto (exceto quando se fizer necessária escolha entre implicaturas lexicais possíveis dentro do contexto) e não subsiste na substituição de expressões sinônimas.

Agora, alguns exemplos para analisar como podem ocorrer essas duas implicaturas:

- (1) Tony é um menino trabalhador, **contudo** é pobre.
- (2) Ela enriqueceu durante o seu mandato de senadora.

Em (1) é dito que Tony é um menino trabalhador e pobre. No entanto, não está dito que por ele ser trabalhador, não devesse ser pobre. Essa informação está implicada através do significado literal das palavras e da expressão lingüística, nesse caso, uma conjunção, “contudo”, que indica uma implicatura convencional.

No enunciado (2) tem-se a implicatura de que a senadora é desonesta. Essa atribuição não é feita por nenhuma expressão lingüística, mas pelo contexto, já que no Brasil a maioria dos políticos possui a fama de serem corruptos e de “roubarem o dinheiro do povo”. Há, portanto, uma implicatura conversacional.

3 Marcadores da Linguagem

A linguagem apresenta certos marcadores que podem indicar a força argumentativa dos enunciados (operadores argumentativos), introduzirem conteúdos pressupostos (marcadores de pressuposição) e mostrar a interação entre várias vozes em um único texto (índices de polifonia). Isso é o que veremos a seguir:

3.1 Os operadores argumentativos da linguagem

Conforme o lingüista Ducrot (1977 apud KOCH, 2006), a gramática apresenta certos elementos que indicam/mostram a força argumentativa dos enunciados e a direção para qual eles apontam. São eles:



a) Operadores que assinalam o argumento mais forte de uma escala orientada no sentido de determinada conclusão: até, até mesmo, inclusive.

Exemplo: A festa foi um sucesso: estiveram presentes artistas, fotógrafos, jornalistas, políticos influentes e **inclusive** o Presidente da República.

b) Operadores que ligam argumentos a favor de uma mesma conclusão: e, também, ainda, nem, não só, mas também, tanto...como, além de, além disso, a par de, etc.

Exemplo: Elias é o melhor candidato à coordenação do curso de Jornalismo, pois **além de** ter boa formação na área, tem experiência no cargo **e é também** um excelente professor.

c) Operadores que introduzem uma conclusão relativa a argumentos apresentados em enunciados anteriores: portanto, logo, por conseguinte, pois, em decorrência, conseqüentemente, etc.

d) Operadores que introduzem argumentos alternativos que levam a conclusões diferentes ou opostas: ou, ou então, quer...quer, seja...seja, etc.

e) Operadores que estabelecem relações de comparação, com vistas a uma dada conclusão: mais que, menos que, tão...como, etc.

Exemplo: (A) Vamos convocar o André para ser nosso representante de turma.

(B) A Karen é **tão** competente **quanto** o André.

f) Operadores que introduzem uma justificativa ou explicação relativa ao enunciado anterior: porque, que, já que, pois, etc.

g) Operadores que contrapõem argumentos orientados para conclusões contrárias: mas, porém, contudo, todavia, no entanto, embora, ainda que, apesar de, etc.

h) Operadores que têm por função introduzir no enunciado conteúdos pressupostos: já, ainda, agora, etc.

Exemplo: A professora Fernanda **agora** mora em Frederico Westphalen.

O conteúdo pressuposto é de que a professora Fernanda não morava em Frederico anteriormente.

3.2 Marcadores de pressuposição

Os marcadores de pressuposição são elementos lingüísticos que introduzem os pressupostos, ou seja, as informações que se encontram implícitas no enunciado. Segundo Ducrot (1977) os principais marcadores de pressuposição são:



a) os verbos que indicam mudança ou permanência de estado: ficar, começar a, passar a, deixar de, continuar, tornar-se, permanecer, etc.

Exemplo: Felipe **começou** a estudar.

O conteúdo pressuposto é que “Felipe não estudava”.

b) os verbos factivos, ou seja, aqueles que são complementados pela enunciação de um fato/pressuposto: lamentar, lastimar, sentir, saber, etc.

Exemplo: **Lamentamos** o Corinthians estar na série b.

O conteúdo pressuposto é que se lamenta o fato do Corinthians estar na série b.

c) alguns conectores circunstanciais empregados no início da oração: desde que, antes que, depois que, visto que, etc.

Exemplo: **Desde que** Daniel casou, não sai mais com os amigos.

O conteúdo pressuposto introduzido pelo marcador **desde que**, é que Daniel é casado.

3.3 Índices de polifonia

Segundo Koch (2006, p.63) “o termo **polifonia** designa o fenômeno pelo qual, num mesmo texto, se fazem ouvir ‘vozes’ que falam de perspectivas diferentes com as quais o locutor se identifica”. É um processo de interação não somente entre locutor e interlocutor, mas sim entre diversas pessoas que expressam suas opiniões em um único texto.

A presença de polifonia pode ser percebida, conforme Koch, devido a existência de determinadas formas lingüísticas como:

a) alguns operadores argumentativos: ao contrário, pelo contrário, mas, embora, portanto;

Exemplo: Ronaldinho não é pé frio. **Pelo contrário**, tem-se mostrado um bom jogador.

O operador **pelo contrário** dá a idéia de que alguém, não o locutor, esteja afirmando que Ronaldinho é um pé frio.

b) marcadores de pressuposição;

Exemplo: O Rio de Janeiro **continua** lindo.

O pressuposto de que o Rio já era lindo é partilhado com outras pessoas, como o interlocutor, por exemplo.

c) o uso de verbos no futuro do pretérito;

Exemplo: Romário **estaria** disposto a deixar os gramados.

(Não é o locutor quem está dizendo, ele ouviu alguém dizer).

d) o uso de aspas.

Exemplo: “Na televisão nada se cria, tudo se copia”, disse o eterno apresentador Chacrinha.

O uso de aspas é uma maneira de o locutor manter-se distante do que está se dizendo, colocando a responsabilidade da fala no próprio autor ou em outras pessoas.

4 Análise de Textos Publicitários e Manchetes Jornalísticas na Perspectiva da Pragmática

Muitas vezes, a comunicação não revela, de forma explícita, todo o conteúdo que se deseja mostrar. Há sempre informações escondidas nas “entrelinhas”, ou seja, que se encontram implícitas no discurso, cabendo, então, ao leitor descobrir e interpretar tais significados. Essas informações demonstram a dimensão implícita da linguagem. A seguir veremos como a publicidade e as manchetes jornalísticas se apropriam desse recurso.

4.1 A dimensão implícita da linguagem na publicidade

Na publicidade, o recurso do implícito é muito utilizado a fim de provocar reações no interlocutor e despertar sua curiosidade em relação àquilo que está sendo anunciado. Veja alguns exemplos de anúncios publicitários que demonstram a dimensão implícita da linguagem (implicaturas):

a) Exemplo 1:



**Figura 1 – Anúncio Publicitário sobre o filme Central do Brasil.
Fonte: In: SARMENTO, L. Gramática em Textos, p. 413.**

No anúncio da figura 1, a dimensão implícita da linguagem é a de que a qualidade dos filmes brasileiros está melhorando e atraindo públicos estrangeiros como os

americanos, produtores de grandes sucessos do cinema, ao ponto também de chegar a concorrer ao Oscar - um dos prêmios mais importantes do Cinema Mundial.

b) Exemplo 2:



Figura 2 – Anúncio publicitário sobre a cidade de Miami.
Fonte: SARMENTO, L. Gramática em Textos, p.61.

Já nessa propaganda da figura 2, está implícita a mensagem de que fazer turismo em Miami não custa caro, o preço é acessível à população brasileira. Assim quem viajar até Miami, vai encontrar muitos brasileiros por lá.

c) Exemplo 3:



Figura 3 – Anúncio publicitário sobre o automóvel Corolla.
Fonte: Jornal Correio do Povo, 19 de junho de 2008.

O anúncio publicitário da figura 3 apresenta a mensagem implícita de que o consumidor deve comprar o novo automóvel Corolla, da Toyota, para deixar a cidade mais bonita, como se o veículo provocasse uma mudança na paisagem da cidade, ou seja, não leva em conta a saúde do meio ambiente, mas a beleza do automóvel em si.

d) Exemplo 4:

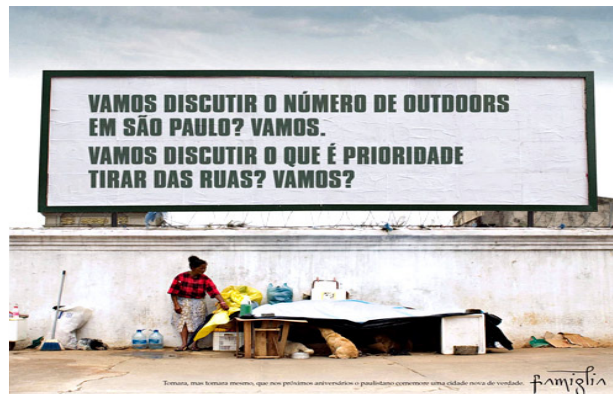


Figura 4 – Anúncio publicitário sobre os outdoors da cidade de São Paulo.
Fonte: www.ocorvo.com.br/wp-content/uploads/2007/01/webmail-view.jpg

No anúncio da figura 4 está implícita a crítica feita à prefeitura de São Paulo que em 2007, fez uma campanha para “limpar a cidade” contra o grande número de *outdoors* espalhados pela metrópole. No entanto, utilizando do mesmo instrumento que se encontra em discussão há um contra-ataque às autoridades que deveriam se preocupar em tirar das ruas não os *outdoors*, mas aquelas pessoas que não tenham onde morar.

e) Exemplo 5:



Figura 5 – Anúncio publicitário sobre o bronzeador Sundown.
Fonte: www.omundodosmachos.blogspot.com/propagandas-criativa-2.html.

Na propaganda da figura 5, a mensagem implícita se utiliza do contexto dos jogos Pan-americanos, para despertar um efeito de duplo sentido no interlocutor, ou seja, a palavra bronze do anúncio não se refere à medalha em si, mas à cor da pele, à praia, ao sol, enfim, ao bronzeamento do corpo com a utilização do produto em questão.

f) Exemplo 6:



Figura 6: Campanha sobre o dia mundial do meio ambiente.

Fonte: www.marcoscarneiro.blogspot.com/2007/08/anuncio-mundocas.html

No anúncio da figura 6, a imagem de um campo de futebol e de uma bola na marca de escanteio representam o envolvimento de uma platéia participando do espetáculo. A bola na marca de escanteio representa um momento de tensão para o adversário que precisa tomar todas as precauções para não ser surpreendido; do mesmo modo, a população de um modo geral parece ainda não ter despertado para os riscos que representa o descaso com o meio ambiente. Quanto ao campo representado por um tapete verde passa a mensagem implícita de que o brasileiro gosta muito desse esporte.

No entanto, há uma observação à margem da imagem que mais parece uma repreensão do que um convite quanto à responsabilidade pelo meio ambiente. O signo em questão nos alerta que, se por um lado o futebol é uma paixão nacional quase cega, por outro, quando se trata de meio ambiente não temos a mesma paixão, ou gosto em manter os ambientes limpos e bem cuidados.

4.2 A dimensão implícita da linguagem nas manchetes jornalísticas

Nesta parte da análise, precisamos reforçar o conceito de implicatura. Em Cançado (2005) encontramos que as inferências conversacionais são feitas a partir do contexto, ou seja, o ouvinte participa ativamente na construção do significado do que ouve, preenchendo lacunas que o falante deixa em seu discurso. Também Grice (1978) afirma que as implicaturas conversacionais podem ser previstas por um princípio de cooperação entre os locutores durante a interação lingüística. Este princípio tem regras que governam as interações lingüísticas entre os falantes. Supõe-se que os participantes de uma



conversação sejam sempre cooperativos para que a contribuição numa situação de diálogo seja adequada aos objetivos que as máximas conversacionais (qualidade, quantidade, relevância e modo) requerem.

Nas manchetes jornalísticas, o uso da linguagem implícita não serve apenas como título de curiosidade, mas também é uma forma encontrada pelos jornalistas, para passar ao leitor a responsabilidade de interpretar tais expressões. Vejamos alguns exemplos:

a) Exemplo 1:

“Água deverá ter uso adequado” (Fonte: **Jornal Correio do Povo, 07 jan. 2008**).

Implicatura: anteriormente a água não era usada de forma adequada.

b) Exemplo 2:

“Assaltos são constantes no bairro Floresta” (Fonte: **Jornal Correio do Povo, 12 dez. 2007**).

Implicatura: O Floresta é um bairro violento.

c) Exemplo 3:

“Kaká retorna ao Morumbi como astro da Seleção” (Fonte: **Jornal Zero Hora, 21 nov. 2007**).

Implicatura: Kaká já jogou no Morumbi quando era atleta do São Paulo F. C..

d) Exemplo 4:

“Receita de impostos enche cofres do governo” (Fonte: **Jornal Correio do Povo, 21 nov. 2007**).

Implicatura: o governo está arrecadando muitos impostos.

e) Exemplo 5:

“Candidato ‘sujo’ poderá concorrer” (Fonte: **Jornal Correio do Povo, 11 jun. 2008**).

Implicatura: um político corrupto, desonesto, poderá concorrer as eleições municipais.

5 Considerações finais

Pelas análises dos textos podemos observar que a comunicação humana é resultante de um processo que vai além do que é dito entre duas pessoas ou mais. Ao analisar o *corpus* deste trabalho podemos verificar como a dimensão implícita da linguagem encontra-se presente na publicidade, no jornalismo em geral, e principalmente, em nosso dia-a-dia. Tanto os anúncios publicitários quanto as manchetes em textos radiofônicos ou



impressos denotam o recurso ao implícito para provocar as mais diversas reações em seus leitores. Cabe a cada tipo de gênero enunciativo produzir efeitos de sentidos específicos: as propagandas visam chamar a atenção e persuadir o consumidor; já as manchetes visam reafirmar a importância daquela notícia para passar ao interlocutor a responsabilidade de interpretar tais informações.

Como podemos ver, a competência pragmática permite que as pessoas ajam socialmente por meio da língua, e neste sentido devemos indicar que esta habilidade lingüística está imbricada à competência sociolingüística dos falantes.

Por isso, nesse processo de interação social a linguagem ultrapassa os limites da fala e passa a provocar a realização de ações concretas, realmente efetivadas através de atos (locutivo, ilocutivo e perlocutivo) expressados pelos falantes. Contudo, a realização dessas ações vai exigir do interlocutor a mesma habilidade de decifrar a dimensão implícita contida na maioria dos textos, como podemos observar ao término desse trabalho.

6 Referências citadas

- AUSTIN, J.L. **How to do things with words**. New York: Oxford University Press, 1965.
- BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. Trad. brasileira. 2 ed. São Paulo: Hucitec, 1981. (Original russo: 1929)
- CANÇADO, M. **Manual de semântica** – noções básicas e exercícios. Belo Horizonte: UFMG, 2005.
- DUCROT, O. **Princípios de semântica lingüística**: dizer e não dizer. São Paulo: Cultrix, 1977.
- FIORIN, J.L. (Org.) **Introdução à Lingüística**. 5 ed. São Paulo: CONTEXTO, 2006.
- FRANCO, K. R. **O princípio da cooperação na construção do humor em charges**. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/xcnlf/4/12.htm>>. Acesso em: 28 dez. 2007.
- GRICE, H. P. **Logic and conversation**. In: COLE, P. & J. L. MORGAN (Ed.). *Syntax and semantics*. New York: Academic Press, 1975, v. 8, p. 41-48.
- _____. **Further notes on logic and conversation**. In: COLE, P. (Org.). *Syntax and semantics*. V. 9: Pragmatics. New York: Academic Press. P. 113-128
- KOCH, I. V. **A inter-ação pela linguagem**. 10. ed. São Paulo: Contexto, 2006.
- OLIVEIRA, M. L. de. **O humor em Mafalda e a violação das máximas conversacionais**. Disponível em: <<http://www3.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/cd/Port/102.pdf>>. Acesso em 28 dez. 2007.



RANGEL, E. F. de. **Uma nova concepção de linguagem a partir do percurso performativo de Austin**. Disponível em: <<http://www.letramagna.com/elianedefatimamanentirangel.pdf>> Acesso em 28 dez. 2007.

SARMENTO, L. **Gramática em Textos**. São Paulo: Moderna, 2000.