



A linguagem sob o prisma da Pragmática da Comunicação: análise de campanhas publicitárias de vestibulares¹

Aline Josiane SCHUSTER²

Daniela POLLA³

Elias José MENGARDA⁴

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS.

Resumo

Esta pesquisa pretende analisar a linguagem na ótica da pragmática da comunicação, ou seja, analisar o uso efetivo que o homem faz da linguagem no seu dia-a-dia para a realização das mais diversas atividades comunicativas. Na base deste estudo estão as teorias da Enunciação e dos Atos de Fala de Austin e Grice as quais deram nova direção aos estudos lingüísticos. Para estes teóricos, a linguagem é vista como ação, sendo capaz de produzir determinados efeitos no interlocutor. Um *corpus* de textos publicitários de vestibulares foi utilizado para demonstrar que a linguagem pode revelar conteúdos implícitos pelo jogo de palavras. É este jogo de palavras que provoca os efeitos de sentido nem sempre explícitos, mas que devem ser captados pela percepção do interlocutor.

Palavras - Chave: Ação; Anúncios Publicitários; Argumentação; Pragmática.

Introdução

Inicialmente, os estudos sobre a lingüística eram baseados na fonologia, morfologia, sintaxe e semântica e levavam em conta a língua em abstrato, sem preocupação com o contexto de uso, ou seja, com a chamada Lingüística do discurso.

Pensando nisso, os estudiosos passaram a pesquisar a linguagem enquanto atividade, isto é, a relação entre a língua, o homem e a ação que se realiza através da linguagem. A partir destes pressupostos, abre-se espaço para o desenvolvimento da Lingüística Pragmática ou da Pragmática da Comunicação, que segundo Fiorin (2006, p. 166) é a "ciência do uso lingüístico e estuda as condições que governam a utilização da

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 Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo do Centro de Educação Superior Norte do Rio Grande do Sul/UFSM. E-mail: aline.schuster@hotmail.com

³ Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo do Centro de Educação Superior Norte do Rio Grande do Sul/UFSM. E-mail: dani_polla@yahoo.com.br

⁴ Orientador do trabalho. Dr. Em Lingüística pela UFSC e professor vinculado ao Departamento de Ciências da Comunicação do Centro de Educação Superior Norte do Rio Grande do Sul/UFSM.

<mengarda@smail.ufsm.br>.



linguagem, a prática lingüística”.

Os estudos da Pragmática tiveram início com os teóricos Austin (1965) e Grice (1975). O primeiro diz que o homem tem a capacidade de realizar ações pelo simples fato de falar e o segundo que a linguagem comunica além do que está escrito, pois quando falamos comunicam-se também conteúdos implícitos.

Com isso criam-se condições para o surgimento da Lingüística do Discurso, que seria, de acordo com Koch (2006, p. 09), "uma lingüística que se ocupa das manifestações lingüísticas produzidas por indivíduos concretos em situações concretas, sob determinadas condições de produção”.

O que se visa, então, é descrever e explicar a (inter) ação humana por meio da linguagem, a capacidade que tem o ser humano de interagir socialmente por meio da língua, das mais diversas formas e com os mais diversos propósitos e resultados (KOCH, 2006).

Portanto, a forma como se comunica é tão importante quanto o que se comunica. A Pragmática estuda o sentido do que se diz e o que pode estar além do que se diz. Estuda o implícito, o não dito, o querer dizer pela via não literal ou indireta. Enfim, a Pragmática estuda o uso da língua e o que o homem pode realizar através da fala em contextos determinados.

Para melhor entender essa concepção de linguagem como ação, ou da realização de ações através da fala e da tentativa de produzir efeitos específicos nos interlocutores por meio da argumentação, este artigo enfoca as dimensões da linguagem enquanto ação e da linguagem ao nível da argumentação.

Linguagem e Ação

A linguagem como ação baseia-se essencialmente nas teorias e estudos desenvolvidos, sobretudo pela Teoria da Enunciação, ou a chamada Lingüística do Discurso.

A Teoria da Enunciação teve como precursor o pensador M. Bakhtin e diz que deve haver uma preocupação com a enunciação, com "o evento único e jamais repetido de produção do enunciado” (KOCH, 2006).

A partir dos estudos de Benveniste (apud KOCH, 2006), a teoria ganhou impulso. Este autor considera a língua essencialmente social, pois une os homens e faz com que se relacionem e construam uma sociedade, constituindo-se no fundamento de



todas as relações sociais.

O autor destaca ainda que alguns verbos quando empregados na primeira pessoa do singular do presente do indicativo, não descrevem meramente uma ação, mas a realizam, esses verbos são denominados *Performativos*. Alguns verbos como "eu prometo", "eu juro" e "eu ordeno" realizam a ação que nomeiam pelo simples fato de serem proferidos.

No entanto, estes verbos só atingirão a ação desejada se forem pronunciados em condições bem determinadas. A frase "Eu os declaro marido e mulher" só terá validade se for proferida na igreja ou cartório, pelo padre ou juiz e durante a cerimônia. Não surtirá efeito nenhum se o padre a declarar em seu quarto ou se for proferida por qualquer outra pessoa presente no recinto.

Sendo assim, o que caracteriza essa teoria é a preocupação com a significação do enunciado e o efeito de sentido que é produzido quando foi dito por determinado locutor num contexto específico. Portanto, a dimensão pragmática da comunicação leva em conta o contexto em que os enunciados são proferidos e os diferentes significados que eles podem adquirir nas diferentes situações de interlocução.

Teoria dos Atos da Fala

De acordo com Koch (2006) a Teoria dos Atos da Fala surgiu na Filosofia da Linguagem e foi apropriada pela Linguística Pragmática. Os filósofos da época, entre eles Austin, entendiam a linguagem como forma de ação e passaram a estudar os diversos tipos de ações que podem ser realizadas através dela.

Primeiramente, pensava-se que as afirmações serviam apenas para descrever o estado das coisas, portanto, podiam ser verdadeiras ou falsas. Austin vai trazer dois tipos de afirmações: as que vão descrever o estado das coisas, que ele vai chamar de afirmações *Constatativas* e as que não descrevem nada, mas realizam uma ação quando são executadas, as chamadas *Performativas*.

Austin (1965 apud KOCH, 2006) conclui então, que todos os enunciados são performativos, uma vez que toda fala realiza uma ação no momento em que é proferida. Pensando nisso, estabelece três tipos de atos simultâneos, que se realizam em cada enunciado:

a) Locucionário: aquele que se realiza enunciando uma frase é o proferimento da sentença, o ato lingüístico de dizer;



b) **Ilocucionário:** o que se realiza na linguagem, realiza a ação que o nomeia pelo simples fato de ser enunciado;

c) **Perlocucionário:** se realiza pela linguagem, aquele destinado a exercer certos efeitos no interlocutor, efeitos que podem se realizar ou não.

A Teoria dos Atos da Fala é alvo também de críticas, haja vista que uma delas considera essa teoria unilateral, pois coloca ênfase apenas no locutor, ao tratar da ação e não da interação. Critica-se também, o fato de se levarem em conta basicamente enunciados isolados, examinados fora de um contexto real de uso (KOCH, 2006).

No entanto, é vista por muitos como um marco divisor dos estudos lingüísticos, pois trouxe uma nova concepção de linguagem, a concepção performativa e pragmática do uso da língua, o que possibilitou uma melhor compreensão dos enunciados.

Teoria da Atividade Verbal

Koch (2006) comenta a partir de alguns teóricos russos como Luria, Leontiev e Vigotsky o desenvolvimento da Teoria da Atividade Verbal. Esta teoria parte do princípio de que a linguagem é uma atividade social que visa atingir determinados fins. Toda a atividade lingüística é composta por um enunciado, produzido com uma intenção, sob certas condições necessárias para atingir o objetivo visado e as conseqüências decorrentes da realização do objetivo.

Segundo essa teoria o sentido é produzido na interlocução. O ouvinte não é um receptor passivo, uma vez que ele atua sobre o material lingüístico construindo o sentido, para isso ele precisa levar em conta o contexto, relacionando-o com os elementos do texto. Para que isso aconteça, uma das atividades realizadas é a Produção de Inferências.

Nenhum texto apresenta de forma explícita toda a informação necessária para sua compreensão, pois existem sempre elementos implícitos que precisam ser recuperados pelo interlocutor para que se construa o sentido. Para isso ele produz inferências, isto é, estabelece relações entre os elementos do texto e o que ele implica, preenchendo, assim, as lacunas. Usando para tanto o seu conhecimento de mundo, os conhecimentos compartilhados entre ele e o texto.

Pensando nisso, e levando em conta que cada pessoa vai entender uma mensagem de acordo com o seu conhecimento prévio, um mesmo texto pode ter várias interpretações e um mesmo leitor pode interpretar o mesmo texto de formas diferentes,



de acordo com a situação em que é lido.

Máximas Conversacionais de Grice

O sucesso de uma comunicação depende da interação verbal entre locutor e interlocutor, que terão que cooperar um com o outro para que a mensagem seja passada de maneira adequada. Segundo Grice (1975 apud KOCH, 2006), o princípio básico que rege a comunicação humana é o Princípio da Cooperação. Pensando nisso, ele criou as Máximas Conversacionais, que constituem regras que devem ser seguidas para obter o sucesso da conversa. São elas:

- a) Máxima da Quantidade: Deve-se dizer o necessário, nem mais e nem mesmo;
- b) Máxima da Qualidade: Deve-se dizer o que é verdadeiro;
- c) Máxima da Relevância: Deve-se dizer apenas o que é relevante;
- d) Máxima do Modo: Deve-se ser claro e conciso, evitar obscuridades.

Se um dos participantes infringir uma das máximas, o sentido real da mensagem pode ficar ameaçado; a esse fenômeno chamamos de Implicatura Conversacional. Quando isso acontece, cabe ao interlocutor analisar o contexto e perceber o real sentido do enunciado.

Pressupostos e Subentendidos

De acordo com Koch (2006) os conteúdos transmitidos por meio dos atos de fala podem ser implícitos e explícitos, esses conteúdos são as inferências que se dividem em pressupostos e subentendidos.

O conteúdo pressuposto é aquele que aparece implícito no enunciado, mas não pode ser contestado, pois é uma informação desencadeada pela formulação do enunciado e independe da situação da comunicação.

Já o conteúdo subentendido é aquele que também aparece implícito no enunciado, mas depende do contexto em que o enunciado é proferido e do conhecimento de mundo do interlocutor, por isso pode ser contestado.

Por exemplo, no enunciado: "O banco foi assaltado novamente". Existe o conteúdo implícito de que o banco já foi assaltado outras vezes e que não estão sendo



tomadas providências para que isso não ocorra mais. O primeiro conteúdo implícito é pressuposto, pois se o banco foi assaltado novamente é porque já havia sido assaltado antes, isso é incontestável. O segundo conteúdo é subentendido, pois depende de um contexto particular (por exemplo: uma conversa do proprietário do banco com a polícia).

Linguagem e Argumentação

O uso da linguagem é essencialmente argumentativo, isso porque, quando se interage através da linguagem há sempre algum objetivo a ser alcançado, busca-se causar algum efeito, obter determinadas reações, ou seja, procura-se dotar os enunciados de determinada força argumentativa. Para que isso aconteça são utilizadas algumas marcas lingüísticas da enunciação ou argumentação (também chamadas de modalizadores) que vão determinar o modo como aquilo que se diz é dito. Encontramos em Koch (2006) o desenvolvimento de algumas classes de operadores argumentativos.

Operadores argumentativos

Os operadores argumentativos têm a função de mostrar a força argumentativa dos enunciados, o sentido para o qual apontam. Para tanto, Ducrot, criador da Semântica Argumentativa, utiliza duas noções básicas: a de escala argumentativa e a de classe argumentativa.

A classe argumentativa constitui um conjunto de enunciados igualmente importantes (com o mesmo peso) que apontam para uma mesma conclusão. A escala argumentativa acontece quando os enunciados apresentam uma gradação de força crescente no sentido de uma mesma conclusão. Essa conclusão, tanto da classe quanto da escala argumentativa, é denominada conclusão "R".

Cada enunciado é composto por operadores argumentativos, os principais tipos deles são:

a) Operadores que assinalam o argumento mais forte de uma escala, que será colocado no final do enunciado: até, até mesmo, inclusive.

b) Operadores que somam argumentos a favor de uma mesma conclusão: e,



também, ainda, nem, não só... mas também, tanto... como, além de, além disso, etc.

c) Operadores que introduzem uma conclusão relativa a argumentos apresentados em enunciados anteriores: portanto, logo, pois, por conseguinte, conseqüentemente, em decorrência, 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 entre elementos, com vistas a uma dada conclusão: mais que, menos que, tão... como, etc.

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, etc.), embora (ainda que, posto que, apesar de, etc.).

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

i) Operadores que se distribuem em escalas opostas, uma escala orientada para a afirmação total e outra para a negação total: Um pouco/pouco, quase/apenas.

Apesar de receberem pouca atenção nas salas de aula, são essas palavras as responsáveis, em grande parte, pela força argumentativa dos textos.

Marcadores de pressuposição

Existem elementos lingüísticos (operadores argumentativos) que introduzem no enunciado conteúdos semânticos adicionais, a esses conteúdos costuma-se chamar de pressupostos, e a esses elementos de marcadores de pressuposição. Além dos operadores já mencionados no item anterior existem outros elementos que introduzem



os pressupostos. São eles:

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

b) Verbos denominados factivos, isto é, que são complementados pela enunciação de um fato (pressuposto). De modo geral são verbos de estado psicológico, como lamentar, lastimar, sentir, saber, etc.

c) Certos conectores circunstanciais, especialmente quando a oração por eles introduzida vem anteposta: desde que, antes que, depois que, visto que, etc.

Indicadores Modais, Atitudinais, de Avaliação, de Domínio e Tempos Verbais

Encontramos em Koch (2006) a descrição dos indicadores modais ou modalizadores que são muito importantes para a construção do sentido de um enunciado e na sinalização de como o que se diz é dito. Os principais tipos de modalidade são: necessário, possível, certo, incerto, duvidoso, obrigatório, facultativo.

Existem também os indicadores de atitude ou estado psicológico com que o locutor se representa diante dos enunciados que produz. Por exemplo: Infelizmente, Felizmente, é com prazer, francamente, pesarosamente etc.

Essa atitude do locutor pode traduzir-se também em uma avaliação ou valoração dos fatos, estados ou qualidades atribuídas a um referente, é o exemplo das expressões adjetivas e formas intensificadoras: excelente, extremamente, etc.

Há ainda, operadores que determinam o limite dentro do qual o enunciado deve ser entendido ou o modo como ele é formulado pelo locutor: politicamente, geograficamente, resumidamente, concisamente etc.

Os tempos verbais caracterizam ora a ordem do discurso, ora a ordem da história. Mas eles também são tomados como base para a distinção entre dois tipos de atitude comunicativa: o mundo comentado e o mundo narrado.

No mundo comentado o locutor é responsável por aquilo que enuncia, ele está diretamente envolvido no discurso, para isso utiliza verbos no presente, futuro do presente e pretérito perfeito composto. O uso dos tempos do mundo comentado torna



um texto explicitamente opinativo, crítico, argumentativo.

No mundo narrado o locutor se distancia do seu discurso, apenas relata os fatos, não se compromete com o que foi dito. Para isso utiliza verbos no pretérito imperfeito, mais-que-perfeito, pretérito perfeito e futuro do pretérito.

Quando o tempo verbal de um dos mundos é empregado no interior de outro mundo, vai dar origem a uma metáfora temporal, pois esse tempo terá um valor metafórico. O uso de um tempo do mundo comentado no interior do mundo narrado significa maior engajamento, atenção, relevância. Já o emprego de um tempo do mundo narrado no interior do mundo comentado significa menor comprometimento, distância e irreabilidade, etc.

A eficiência do discurso argumentativo está na escolha da estratégia adequada ao público alvo. Caso se trate de periódicos direcionados às classes A e B, a eficácia está na utilização dos tempos verbais característicos do mundo narrado, com o máximo possível de relato como comprovação das teses propostas. Para as classes C e D, o melhor é usar os verbos do mundo comentado.

Análise Pragmática em campanhas do vestibular de inverno 2008

Os textos publicitários são caracterizados pela criatividade na utilização das palavras, uma vez que são utilizadas com sentidos diferentes de seus reais significados. Isso acontece para que o interlocutor seja convencido de que a mensagem que o “informe” quer passar é verídica e, portanto, adquira os produtos ou realize a ação proposta. Além disso, esse tipo de linguagem é utilizado para chamar a atenção do leitor, para fazer com que ele se interesse primeiramente em ler o anúncio e depois em seguir o que se pede.

Assim, com base no desenvolvimento dos principais temas, conceitos e abordagens da teoria da pragmática da comunicação passamos à análise das campanhas dos vestibulares de inverno de seis universidades privadas do estado do Rio Grande do Sul.

a) Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)



Figura 1: Propaganda do vestibular da PUCRS

Fonte: www.pucrs.br/vestibular/

O enunciado “*Na PUCRS, você aprende vivendo*” traz o conteúdo implícito de que os alunos aprendem com a prática, com as buscas da vivência acadêmica e que a aprendizagem flui naturalmente. O uso de “*Na PUCRS*”, leva o interlocutor a inferir que em outras instituições acadêmicas os alunos precisam de mais empenho para aprender.

Além disso, o vocábulo “*vivendo*” faz alusão ao slogan da campanha da Universidade que diz: “*Viva esse mundo*”.

b) Universidade Luterana do Brasil (ULBRA)



Figura 2: Propaganda do vestibular da ULBRA

Fonte: www.ulbra.br/vestibularead/

O enunciado “*Você quer. Você pode!*” leva o interlocutor a subentender que na ULBRA ele pode realizar tudo o que quiser. Além do mais, pode se constatar a alusão à frase de senso comum: “*Querer é poder*”.

c) Universidade de Cruz Alta (UNICRUZ)



Figura 3: Propaganda do vestibular da UNICRUZ

Fonte: www.unicruz.edu.br/vestibular/

O slogan “Faça a sua história acontecer” leva o público alvo da campanha a inferir que a UNICRUZ lhe disponibilizará meios para construir o seu futuro de acordo com seus anseios, possibilitando, assim, a construção de sua história de vida. A opção pelo uso da palavra “faça” subentende que a responsabilidade pela escolha da Universidade e do sucesso profissional recai sobre o próprio vestibulando.

d) Universidade de Passo Fundo (UPF)

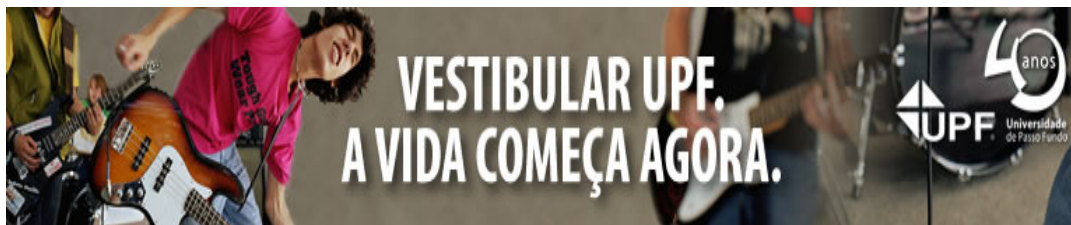


Figura 4: Propaganda do vestibular da UPF

Fonte: www.vestibular.upf.br/

No *slogan* desta campanha, o advérbio “*agora*” age como operador argumentativo que introduz um conteúdo pressuposto, no caso, de que para os vestibulandos, antes do vestibular não havia vida. E que a UPF lhes proporcionará vida nova, com muitas oportunidades e construção do conhecimento. Além disso, verifica-se a presença do marcador de pressuposição que indica essa mudança de estado: “*começa*”.

e) Universidade Regional Integrada (URI)



Figura 5: Propaganda do vestibular da URI

Fonte: www.uri.br/vestibular/

O enunciado “Você pode ser mais” pressupõe que o vestibulando, ao optar pela URI, será mais em tudo, ou seja, mais inteligente, mais responsável, mais capacitado, melhor profissional e assim por diante. Além do mais, com este *slogan* é possível inferir que quem frequenta a URI é “mais” do que quem estuda em outra instituição acadêmica.

f) Centro Universitário Franciscano (UNIFRA)



Figura 6: Propaganda do vestibular da UNIFRA

Fonte: www.unifra.br/coperves/vestibular2_2008/

Na UNIFRA, você evolui à medida que seus sonhos se desenvolvem. E assim, a realização desses sonhos se anteciparia estudando nesta universidade o que não



ocorreria se estiver estudando em outras.

Considerações Finais

No desenrolar destas análises tornou-se indiscutível que o ato de falar está muito além de apenas comunicar o que se diz concretamente. O ser humano tem a capacidade de se comunicar das mais diversas formas, com gestos, com expressões, com atitudes e até com o olhar. A fala é apenas mais um desses modos, mas certamente o mais eficiente.

No entanto, nada do que se diz pode ser interpretado de uma única maneira. Cada pessoa entende o conteúdo da mensagem de maneira diferente, isso porque o sucesso de uma interlocução depende do contexto em que o enunciado é proferido e do contexto das pessoas envolvidas nela. Portanto, uma mesma frase pode ter os mais variados sentidos de acordo com a situação de interlocução.

A fala ainda tem uma função que ultrapassa o dizer. É possível realizar ações através da fala e ainda produzir uma reação no ouvinte. Por outro lado, pode também gerar conclusões que não aparecem explicitamente no que se diz, uma vez que um dos integrantes da interlocução quebrar o princípio da cooperação, prejudicando assim, o sucesso da interlocução. É dessa forma que surgem os pressupostos, os subentendidos, o querer dizer.

Essas formas de enunciação são muito frequentes nos anúncios de vestibulares porque cada instituição quer para si o maior número de acadêmicos e para isso precisa convencer os vestibulandos de que ela se constitui na melhor opção.

Além disso, é importante destacar a importância da argumentação nas conversas. Um bom diálogo é composto por argumentos de ambas as partes envolvidas. Mas estes argumentos precisam ser bem formulados e ter um encadeamento adequado o que vai torná-los coerentes. É para isso que servem os operadores argumentativos, merecendo, por isso uma maior atenção nos estudos da linguagem humana.

Por fim, é indiscutível que a fala é o que rege as relações sociais em qualquer grupo humano; é através dela que o ser humano expressa sentimentos, afetos e mensagens diretas ou indiretas. Portanto, o aprimoramento do estudo das diversas facetas lingüísticas manifestadas nas produções orais e/ou escritas são de suma importância para a compreensão e interpretação das mensagens produzidas pelas pessoas.



Referências Bibliográficas

- AUSTIN, J. L. **How to do things with words**. New York: Oxford University Press, 1965.
- FIORIN, J. L. (Org.). **Introdução à lingüística**. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2006.
- GRICE, H. P. **Logic and conversation**. In: COLE, P. e MORGAN, J. L. (ED.). *Syntax and semantics*. New York: Academic Press, 1975.
- KOCH, I. G. V. **A inter-ação pela linguagem**. 10. ed. São Paulo: Contexto, 2006.
- _____. **Argumentação e linguagem**. 10. ed. São Paulo: Cortez Editora, 2006.
- LOPES, E. **Fundamentos da lingüística contemporânea**. 19. ed. São Paulo: Cultrix, 2000.