

REFERÊNCIA TEXTUAL: UMA PROPOSTA DE ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE REFERENCIAÇÃO EM TEXTOS PUBLICITÁRIOS

Lucimar de Almeida¹
Universidade Federal de Uberlândia

Resumo

Por meio de intrincadas teias que se tecem durante a progressão textual, o leitor é capaz de estabelecer mentalmente uma continuidade de sentidos para um texto. Para que isso ocorra de forma adequada, cabe ao produtor deixar “pistas” que possam funcionar como orientadoras de leitura para a construção da coerência. Dentre os procedimentos linguísticos responsáveis pelo estabelecimento de relações semânticas e/ou pragmáticas entre segmentos maiores ou menores de um texto incluem-se as expressões anafóricas.

Modernamente, a concepção de referência diz respeito sobretudo às operações efetuadas pelos sujeitos à medida que o discurso se desenvolve. A referência, bem como a progressão referencial, consistem na construção e reconstrução de objetos-de-discurso, isto é, os referentes são construídos e reconstruídos no interior do próprio discurso. A referenciação constitui, portanto, uma atividade discursiva; o sujeito procede a escolhas significativas para representar estados de coisas, de acordo com sua percepção de mundo, suas crenças, atitudes e propósitos comunicativos.

Na construção de sentido de um texto, há aspectos cognitivo-discursivos, semântico-pragmáticos, argumentativos e textuais que são responsáveis pela progressão textual. As investigações pertinentes às formas remissivas em textos publicitários podem revelar frutíferas contribuições sobre o assunto bem como corroborar a tarefa do professor no tocante à análise da estrutura formal e semântica, além de servir como parâmetro para estudo de outros textos persuasivos.

Palavras-chave: Relações semânticas e/ou pragmáticas; expressões anafóricas; progressão referencial; objetos-de-discurso; textos publicitários.

Abstract

Through intricate webs that are spun during textual progression, the reader is mentally capable of establishing a continuity of meanings for a text. To occur properly, it must have the writers' "clues" that may act as reading guidelines on the construction of coherence. Among the linguistic procedures responsible for the establishment of semantic and/or pragmatic relations between large or small text segments, there are the anaphoric expressions.

Nowadays, the reference's idea relates, mainly, to the relations executed by the subjects as the narrative unfolds. The reference, as well as the referential progression, consists of the construction and reconstruction of objects-of-speech, that is, the referents are constructed and reconstructed within the speech itself. The referentiation is thus a discursive activity; the subject carries out meaningful choices to represent states of affairs, according to its perception of the world, their beliefs, attitudes and communicative purposes.

¹ Mestre em Linguística pela Universidade Federal de Uberlândia.

In the meaning construction of a text, there are cognitive-discursive, semantic-pragmatic, argumentative and textual aspects which are responsible for the textual progression. The pertinent investigations about the remissive method in advertising texts may prove beneficial contributions on the subject as well as support the teacher's task of analyzing formal and semantic structure, besides serving as a parameter for studying other persuasive texts.

Keywords: semantic and/or pragmatic relations; anaphoric expressions; referential progression; objects-of-speech; advertising texts.

INTRODUÇÃO

Para Maingueneau (2001), viver no mundo contemporâneo implica ser confrontado a uma multidão de textos tão efêmeros quanto invasores: panfletos, catálogos, jornais, cartazes, guias turísticos, malas-diretas de propaganda etc. Enunciados aos quais geralmente lançamos um olhar distraído, que apenas folheamos, consultamos, sem lhes conceder a atenção de uma leitura, no sentido pleno da palavra. A experiência com ensino médio, ao longo dos anos, porém, tem evidenciado que se cultiva um interesse cada vez maior por esses enunciados que gozam de pouco prestígio por parte dos professores que, na maioria das vezes, não dispensam a devida atenção a esses gêneros textuais.

Levando-se em conta os diferentes modos de manifestações discursivas, os textos oriundos do discurso publicitário são uma conjugação de imagens e palavras, geralmente com mensagens condensadas, facilmente encontrados em jornais e revistas. O que nos parece ainda importante ressaltar é que a atividade de análise de diferentes textos da mídia não deve ser feita em detrimento do trabalho com outros tipos de textos em sala de aula; ao contrário, o acesso a essa multiplicidade pode ser produtivo. Além disso, é imprescindível mencionar que a análise de discurso pode ser aplicada a qualquer tipo de texto cuja abordagem considere o enunciado em questão como discurso.

Na sociedade contemporânea, as produções midiáticas desempenham papel essencial; elas são a marca, o sustentáculo dessa sociedade consumista. Logo, compreender o funcionamento e a estrutura da língua comumente usada nesses anúncios implica colocar em evidência aspectos característicos importantes desse tipo de discurso. O leitor pode, então, familiarizar-se, progressivamente, com esses traços específicos para construir um sentido para o enunciado a partir de indicações. Essas pistas podem contribuir de maneira decisiva na interpretação, estabelecendo coesão e fazendo o texto progredir.

Outro aspecto a considerar é que os veículos de comunicação de massa exercem, hoje, papel relevante na formação da consciência do indivíduo. Usando de mensagens apelativas, a publicidade induz o consumidor a fazer parte de uma sociedade estereotipada e a usufruir dos bens de consumo postos à sua disposição. Isso, sem dúvida, reforça o sistema econômico vigente e, de certa forma, camufla os problemas e as desigualdades sociais. Nesta sociedade, a comunicação de massa é um fenômeno discursivo que atua de forma privilegiada no cotidiano das pessoas, sendo capaz de influenciar comportamentos, gostos, atitudes, modismos, linguajar e a imposição de ideologias.

Tal importância é reforçada pelo fato de que a mídia constitui uma ferramenta fundamental para a divulgação de informações (mesmo que fragmentadas) acerca da realidade. Por esse motivo, os discursos veiculados pela mídia converteram-se em espaços privilegiados de conflitos da sociedade moderna. A comunicação, um dos sustentáculos da fase contemporânea, entra no processo permanente de produção de significado, sendo responsável pela difusão e ampliação de conhecimentos como caminho para a superação de desigualdades sociais e econômicas. A construção da realidade, em todas as suas manifestações, sejam elas culturais, econômicas, sociais ou políticas, só se torna possível graças à comunicação.

Vivemos hoje o período denominado pós-moderno, marcado, entre outros aspectos, pela expansão de novos mercados e pela concentração e acumulação de bens e capital. Nessa fase, destaca-se a ascensão das mídias e da indústria da propaganda como forma de incentivar cada vez mais o consumo. O resultado dessa nova mentalidade é uma sociedade que impõe paradigmas, que dita modelos de comportamento em que o que interessa é a manutenção do *status quo*, e qualquer desvio desse padrão causa estranheza ou repúdio por ser diferente. É nessa fatia de mercado (que se pretende padronizar) que a mídia investe, usando de todas as artimanhas para convencer.

O atual sistema econômico incentiva o consumo desenfreado como forma de suprir as necessidades materiais de milhares de indivíduos aglomerados nas megalópoles. Esse consumismo se mantém graças às condições econômicas oriundas do capitalismo, como a capacidade de produção em grandes quantidades e uma enorme variedade de mercadorias. Desenvolve-se, então, todo um conjunto de estratégias de *marketing* com o objetivo de induzir as pessoas ao consumo de bens, na maioria das vezes, supérfluos. Isso propicia um *boom* da publicidade e da propaganda para aumentar, significativamente, a venda desses produtos, como forma de suprir as carências do ser humano.

Nesse espaço conhecido como “sociedade de consumo”, um dos setores da pesquisa em comunicação que mais vem se desenvolvendo, desde a década de 1980, com o objetivo de sondar o mercado consumidor, é a chamada análise de discursos. Interessa-se pela diversidade de gêneros discursivos que circulam na sociedade numa visão despida de preconceitos e atenta ao jogo de poder que se manifesta na linguagem.

Compreender os efeitos de sentido que as escolhas lexicais e sintáticas podem provocar implica estudar as dimensões pragmática e discursiva da língua no contexto em que é usada. De acordo com Pinto (2002), a partir de *corpus* de produtos culturais empíricos, tais como anúncios publicitários, a análise de discursos procura descrever, explicar e avaliar criticamente os processos de produção, circulação e consumo dos sentidos vinculados àqueles produtos na sociedade. Para esse autor, os textos são produtos culturais, ou seja, formas empíricas do uso da linguagem verbal, oral ou escrita, e/ou de outros sistemas semióticos no interior de práticas sociais contextualizadas histórica e socialmente.

Pinto (*op. cit.*, p.26) salienta que os discursos da mídia são produtos culturais produzidos por eventos comunicacionais entendidos como textos. Por essa razão, é necessário que o analista de discursos dispense uma atenção especial à “textura” dos textos, quer quanto ao uso da linguagem verbal, quer ao uso de outras semióticas. Esse autor acredita que é na superfície dos textos que podem ser encontradas as pistas ou marcas deixadas pelos processos sociais de produção de sentidos que o analista vai interpretar.

Para que esses efeitos de sentido pretendidos pelo produtor possam ser recuperados em uma análise, é necessário recorrer a algumas estratégias que – acreditamos – são inteiramente responsáveis pela orientação argumentativa que se pretende dar ao texto. As marcas ou pistas deixadas pelo produtor, no processo de geração de textos, desempenham papel de extrema importância na construção dos sentidos pretendidos. A interpretação delas obriga o receptor não só a realizar uma seleção dentre várias lexicalizações possíveis, como também lhe exige a capacidade de recorrer às informações-suporte contidas em segmentos precedentes do texto. Esse processo garante a prossequência do quadro referencial global, tornando acessíveis as relações semânticas e conceituais.

A questão da referenciação textual vem sendo objeto de pesquisa para alguns autores que têm dedicado especial interesse em assuntos que envolvem a anáfora, sua conceituação e sua abrangência, as operações de nominalizações, bem como várias outras temáticas de alguma forma a ela relacionadas. Não menos importante destacam-se, no centro dessas

investigações, as abordagens sobre os “objetos-de-discurso”, revelando-se hoje um terreno promissor no tocante à referência textual.

O processo de organização global dos textos – como defendem os pesquisadores – pressupõe o fato de que a referenciação é uma atividade discursiva. Acreditam os estudiosos que a referência é, sobretudo, um problema que diz respeito às operações efetuadas pelos sujeitos à medida que o discurso se desenvolve. Isso equivale a dizer que o discurso constrói os “objetos” a que faz remissão (“objetos- de -discurso”), ao mesmo tempo que é tributário dessa construção. Eles são construídos e reconstruídos no interior do próprio discurso, de acordo com nossa percepção do mundo, nossas crenças, atitudes e propósitos comunicativos.

A referenciação constitui, portanto, uma atividade discursiva. O sujeito, por ocasião da interação verbal, opera sobre o material linguístico que tem à sua disposição e procede a escolhas significativas para representar estados de coisas, de modo condizente com a sua proposta de sentido. Isto é, as formas de referenciação são escolhas do sujeito em interação com outros sujeitos, em função de um “querer-dizer”. Segundo Koch (2006) os objetos de discurso não se confundem com a realidade extralinguística, eles a (re)constróem no próprio processo de interação.

Uma das tônicas mais debatidas em grande parte dos estudos sobre a referência textual diz respeito à questão das restrições relativas à anáfora. Essa restrição se deve ao fato de não se levar em conta as funções cognitivas, semânticas, pragmáticas e interativas das diversas formas de expressões referenciais, que precisam ser vistas como funcionais. Postula-se que a função dessas expressões não é apenas referir; elas contribuem para elaborar o sentido, indicando pontos de vista, assinalando direções argumentativas, sinalizando dificuldades de acesso ao referente e recategorizando os objetos presentes na memória discursiva do leitor.

Por esse viés, a referência não é entendida no sentido que lhe é mais tradicionalmente atribuído, como simples representação extensional de referentes do mundo extramental. A referência passa a ser vista como produto das condições culturais, sociais, históricas e, finalmente, pelas condições de processamento decorrentes do uso da língua. Dessa forma, é imperioso considerar que os objetos-de-discurso são construídos em uma situação discursiva, isto é, na prática social, visto que os sujeitos realizam escolhas significativas entre as várias possibilidades que a língua oferece; “as entidades designadas são vistas como objetos- de-discurso e não como objetos do mundo”. (Koch , 2002:79)

Um ponto importante a ser ressaltado é que o leitor de um texto constrói a sua coerência, quando é capaz de estabelecer mentalmente uma continuidade de sentidos. Cabe a

ele detectar quais informações são relevantes para manter a sequência temática de modo a construir uma progressão textual coerente. Dentre as pistas destinadas a orientar o leitor na construção do sentido destacam-se as expressões referenciais. Elas desempenham papel de extrema importância no texto, visto que constituem uma estratégia discursiva e funcionam como “chaves” para a interpretação. São responsáveis pela manutenção, em foco, de objetos previamente introduzidos, dando origem às cadeias referenciais ou coesivas.

A investigação de tais estratégias, sem dúvida, poderá trazer subsídios importantes que auxiliarão as práticas não só da compreensão como da produção de textos. O *corpus* deste estudo compõe-se de anúncios publicitários cuja análise pretende comprovar que a ocorrência de expressões anafóricas é semântica e pragmaticamente condicionada pelo discurso. Elas são construídas, discursivamente, a partir do co-texto informacional explícito e são responsáveis pela continuidade referencial. A função dessas expressões é apontar para uma informação já fornecida no texto, sinalizando-a ao destinatário. Elas são contextualmente dependentes devido à relação de pressuposição que subordina seu emprego à presença do objeto de discurso na memória discursiva. “É importante lembrar que por ‘objeto-de-discurso’ não se deve entender as ‘coisas’ do mundo real, mas representações de ordem cognitivo-discursiva.” (Kock, 2002:116)

Análise de Peças Publicitárias Veiculadas pela Revista Veja

Texto 01:

Eles carimbaram o passaporte para a África do Sul. Deixá-los bonitos na foto é por nossa conta. A Gillete, patrocinadora oficial da seleção brasileira, e os 40 milhões de brasileiros que se barbeiam com os melhores barbeadores do mundo parabenizam a seleção pela classificação antecipada para a Copa do Mundo na África do Sul (Edição 2130 – nº37 – 16/09/09).

Como se pode observar, os pronomes “**eles**” e “**los**” no texto se referem, cataforicamente, aos jogadores da seleção brasileira. Nesse caso, os pronomes fazem referência a uma classe de indivíduos (a seleção brasileira) como uma totalidade de jogadores. Por meio desses pronomes, procede-se à recategorização do referente “jogadores” que integram a seleção brasileira, mantendo em foco a informação de que o nosso time conseguiu se classificar nas eliminatórias para a Copa do Mundo.

Texto 02:

Neste verão, venha para Santa Catarina e receba um abraço do tamanho da nossa gratidão. O turismo, em Santa Catarina, é uma indústria que movimenta milhares de trabalhadores. Por isso, mais do que nunca, essa gente precisa de você. Venha passar o verão aqui e descubra porque esse pedaço do Brasil, repleto de diversidade e atrações é considerado um Estado de felicidade (Edição 2099 – nº43 – 11/02/09).

Nesse texto, a expressão “essa gente” faz remissão ao sintagma nominal “milhares de trabalhadores”. Por meio da estratégia da nominalização, afirma Koch (2002:90), erigem-se em objetos-de-discurso conjuntos de informações expressas no texto precedente (informações-suporte) que, anteriormente, não possuíam tal estatuto. Este é o caso das expressões “aqui”, “esse pedaço do Brasil” e “Estado de felicidade” que fazem referência à Santa Catarina onde o turismo é a principal fonte de renda da população (informação que se pretende manter em foco).

Texto 03:

Acreditar no Brasil. Tem que começar com o presidente, mas continuar com você. O pior efeito de qualquer crise é o pessimismo. Ela barra novos investimentos, impede contratações, traz incertezas, tudo que só faz a situação ficar ainda pior. E ser otimista, em um momento assim, não significa ser irresponsável. Significa conhecer a própria força e competência para superar as dificuldades, além de colocar tudo isso em prática. Como o governo Lula está fazendo, com medidas que ajudam a fortalecer a economia e mostram a força do nosso país em momentos conturbados (Edição 2098 – nº42 – 04/02/09).

Nesse texto, as formas nominais “momentos conturbados”, “momentos assim” e “a situação” permitem ao leitor recuperar o referente “crise” mencionado no início do texto. A interpretação dessas anáforas possibilita o progresso do texto cujo objetivo é fazer o brasileiro acreditar que é possível construirmos um país melhor para se viver, basta que sejamos otimistas.

Texto 04:

Para onde o seu guarda-roupa vai levar você hoje? O outono-inverno 2009 acaba de aterrissar no Diamond Mall. Todas as tendências, além de cinemas, academia, gastronomia, serviços e um mix completo de lojas. Nesta estação, tudo traz você até aqui (Edição 2105 – nº12 – 25/03/09).

A expressão nominal “nesta estação” refere-se a “outono-inverno 2009”; o advérbio “aqui” retoma o local, anteriormente mencionado, “Diamond Mall”, onde ocorrerá o evento. Além disso, é possível inferir que a expressão “tendências”, de certa forma, possui como referente o termo “guarda-roupa”, visto que este significa, no texto, a moda, os estilos que estarão em alta na próxima estação.

Texto 05:

Veja o mundo pelos olhos de uma criança. O Criança Esperança incentiva a solidariedade como um meio para promover um Brasil mais justo com as mesmas oportunidades para todas as nossas crianças e jovens. O projeto já ajudou a abrir os olhos da sociedade para questões de grande importância, como o trabalho e a mortalidade infantil, a desnutrição, a evasão escolar e tantas outras. E o brasileiro responde sendo um povo dos mais solidários. Um povo que enxerga no projeto todo seu potencial de transformação. Assim, milhares de crianças e jovens vão poder ver o mundo com muito mais pureza e alegria (Edição 2122 – nº29 – 22/07/09).

Note-se que a expressão nominal “Criança Esperança” é retomada duas vezes, ao longo do texto, pela forma remissiva “o projeto”. Além disso, o sintagma nominal “as mesmas oportunidades para todas as nossas crianças e jovens”, de certa forma, é reativado na memória discursiva do receptor ao se introduzir um novo objeto-de-discurso. Isto é, a expressão “todo seu potencial de transformação” permite que esta introdução construa a informação contextual que se pretende. Com base no contexto, pode-se dizer que ocorre o mesmo processo com a expressão “abrir os olhos da sociedade” que remete à “solidariedade”, mencionada no início do texto, como forma de sensibilizar o cidadão.

Texto 06:

ADES, o melhor da soja mais o teor de cálcio no leite. A partir de agora toda linha de Ades Original possui a mesma quantidade de cálcio existente no leite. Em um copo de 200 ml de Ades há 240mg desse mineral tão importante para o fortalecimento dos ossos e dentes. Ades, por ser de origem vegetal, é livre de colesterol e gordura trans e não contém conservantes. É uma opção gostosa e nutritiva para o seu café da manhã (Edição 2129 – nº36 – 09/09/09).

Nesse trecho, para retomar o substantivo “cálcio”, mencionado no início, o produtor do texto lança mão de uma expressão referencial nominal “esse mineral tão importante para o fortalecimento dos ossos e dentes” a qual possui estatuto de um aposto. Além disso, o fato de

ser “uma opção gostosa e nutritiva” reforça as propriedades anteriormente mencionadas: não contém conservantes, é livre de colesterol e de gordura trans e por isso é mais saudável.

Texto 07:

Um amanhã melhor que hoje envolve também boas práticas no campo. Até chegarem à mesa dos consumidores, as marcas da PepsiCo percorrem um extenso caminho. E uma parte importante dele está no campo. Através do desenvolvimento de sementes, mudas e tecnologias de plantio, a PepsiCo estimula as boas práticas no campo. Entre as mais importantes estão programas de qualificação de nossos produtores, que buscam oferecer melhores condições de vida aos agricultores e preservar o meio ambiente. Porque a PepsiCo acredita que o desenvolvimento dos parceiros é um dos caminhos para fazer o amanhã de todos melhor (Edição 2131 – nº38 – 23/09/09).

A retomada de elementos do texto por meio de nominalizações auxilia o leitor na construção do sentido. Nesse texto, a expressão “uma parte importante dele” retoma o sintagma nominal “um extenso caminho” e, ao mencionar “as mais importantes”, o autor faz com que permaneça em foco o sintagma “as boas práticas no campo”. Em um processo catafórico, enumera quais são os programas desenvolvidos para incentivá-las. Além disso, a expressão “parceiros” recupera, no contexto, as formas nominais “produtores” e “agricultores”.

Texto 08:

Metade do ingresso nos jogos de futebol. Você paga uma metade, Itaucard paga a outra. A maior paixão do brasileiro virou mais um benefício feito para você. Agora Itaucard paga metade do seu ingresso nos jogos do melhor futebol do Brasil. Pagando com Itaucard, cada cliente tem 50% de desconto em um ingresso por jogo. Acesse o site para saber mais sobre os times participantes e o regulamento. Só mesmo Itaucard para rachar o ingresso do futebol com você (Edição 2131 – nº38 – 23/09/09).

As expressões “50% de desconto” e “rachar o ingresso” fazem referência ao fato de que o Itaú “paga metade do seu ingresso nos jogos de futebol.” Por meio de uma forma referencial “melhor futebol do Brasil”, um “objeto” já presente no texto, “a maior paixão do brasileiro”, é reativado, permanecendo em foco. Uma situação discursiva referencial foi criada com a finalidade de estabelecer ligação com a informação anteriormente mencionada.

Texto 09:

Filme em Minas. Aqui, o que acontece atrás das câmeras é sucesso nacional. O Governo de Minas, por meio da Secretaria de Estado de Cultura, e a Cemig anunciam o resultado da 4ª Edição do Filme em Minas. O programa é um estímulo à produção audiovisual no Estado, financiando projetos inovadores que levam para as telas o melhor de nossa cultura. Nas edições anteriores, os premiados foram sucesso de público e crítica, dentro e fora do país, tornando o Filme em Minas um dos mais conceituados programas de incentivo ao setor. Com recorde de inscrições, essa edição vai premiar 33 projetos selecionados por grandes nomes do audiovisual nacional (...) (Edição 2103 – nº10 – 11/03/09).

Nesse trecho, o sintagma nominal “Filme em Minas” é retomado várias vezes por meio das expressões nominais, a saber: “o programa”, “projetos inovadores”, “edições anteriores” e “um dos mais conceituados programas de incentivo ao setor”. Esta última recategorização pressupõe uma avaliação positiva com o objetivo de dar uma orientação argumentativa ao texto. Na reativação de referentes textuais, a seleção do determinante desempenha papel de destaque. Esse é o caso do dêitico “essa edição” que faz referência ao “resultado da 4ª Edição do Filme em Minas”. Por meio das expressões referenciais “telas” e “produção audiovisual”, mantém-se em foco, na memória discursiva, o sintagma “filme”.

Texto 10:

Saiba mais sobre o seu pet. Como ter um cão com a boca e os dentes saudáveis e incríveis? Assim como nós, os cães também podem ter uma série de doenças bucais. Os problemas mais comuns são a formação de placa bacteriana e a gengiva inflamada, causando mau-hálito e danificando os dentes. Por isso, é muito importante verificar a boca do seu cão e escovar seus dentes desde filhote – uma vez por semana com um creme dental apropriado para seu pet. Outra dica é oferecer rações secas de boa qualidade ou ainda biscoitos e brinquedos que estimulem seu amigo a raspar os dentes. Com atitudes como essa, seu cão vai ter dentes sempre limpinhos e uma saúde incrível por toda vida (Edição 2126 – nº33 – 19/08/09).

Nesse caso, a expressão nominal “os problemas mais comuns” sumariza a informação-suporte contida no segmento precedente no texto (“uma série de doenças bucais”), atribuindo àquela o estatuto de objeto-de-discurso.

Segundo Koch (2002), essa especificação vai constituir uma seleção particular e única dentre uma infinidade de lexicalizações possíveis, efetuada a partir das proposições veiculadoras das informações-suporte.

Além disso, ao longo do texto, há outras expressões nominais que estabelecem relações referenciais. O sintagma “seu amigo” refere-se a “cão” e “pet” refere-se a “filhote”. A expressão “atitudes como essa” faz referência ao fato de “oferecer rações de boa qualidade”, para mantê-lo mais saudável, e também objetos (como brinquedos e biscoitos) que ajudam a fortalecer os dentes.

Texto 11:

Mais uma evolução da escrita. Novo marcador para quadro branco Pilot com refil. Com a moderna tecnologia japonesa, você vai poder trocar a tinta pura líquida com facilidade. E não é só. Além de recarregável, o marcador da Pilot é reciclável. Com essa consciência ambiental, conquistou o certificado internacional Begreen.” (Edição 2104 – nº11 – 18/03/09)

A estratégia da referenciação nesse texto consiste no emprego de adjetivos e/ou expressões adjetivas para facilitar a recuperação de informações veiculadas. A interpretação dos anafóricos “recarregável” e “moderna tecnologia japonesa” exige que o leitor retome, respectivamente, as informações anteriormente fornecidas: a troca da tinta com facilidade é mais uma invenção dos japoneses a qual promete ser mais uma evolução da escrita em quadro branco.

Por meio da expressão nominal “com essa consciência ambiental”, o leitor pode, facilmente, retomar o antecedente “reciclável”. O conhecimento de mundo possibilita-lhe inferir o fato de que objetos recicláveis ajudam a preservar a natureza, já que podem ser reaproveitados e não poluem o meio ambiente.

Texto 12:

Agora, o Brasil vai ser conhecido como o país da energia do futuro. O país do Gás LP. 22º Fórum Mundial de Gás LP. De 7 a 9/10, no Rio de Janeiro, 50 países vão debater o futuro dessa energia. Além de econômico, o Gás LP é uma energia limpa, segura, moderna e prática. É facilmente transportável, pode ser entregue a granel, encanado ou armazenado. Com tantas vantagens, o Gás LP se tornou uma das energias mais utilizadas no Brasil (...). Não é à toa que o Brasil foi escolhido pela segunda vez para sediar o evento mais importante do setor no calendário mundial (Edição 2132 – nº39 – 30/09/09).

O processo de referenciação no texto ocorre pela inserção de expressões nominais. Uma delas é “com tantas vantagens” a qual faz referência à facilidade do transporte do

produto (“é facilmente transportável”), a entrega pode ser feita de diferentes formas (“a granel, encanado ou armazenado”) e, além disso, “é econômico, é uma energia limpa, segura, moderna e prática”. A outra expressão referencial que aparece no texto, “o evento mais importante do setor no calendário mundial”, refere-se ao 22º Fórum Mundial de Gás LP, de 7 a 9/10, no Rio de Janeiro. Neste caso, a nominalização transforma um enunciado anterior em objeto-de-discurso, resumizando a informação explícita no co-texto precedente (data e local do evento) a qual se pretende manter em foco.

Texto 13:

Feitos um para o outro. Antes de a bossa nova ser cultuada da Noruega ao Japão, quem apostaria em um casamento entre samba e jazz? É uma questão de harmonização. Com a Família BOHEMIA e um bom prato acontece o mesmo. É bem simples. Se ao dar uma garfada gostosa, seguida de um belo gole na cerveja, vier aquela sensação imediata de bem-estar e você estalar a língua de prazer, é batata: a harmonização funcionou. Para essa saborosa missão, BOHEMIA tem quatro opções para prestigiar sua mesa: Pilsen, Confraria, Weiss ou Escura.

Essa arte de harmonização revela-se de duas formas: no equilíbrio entre os sabores, com o inesperado, gerando beleza, ou então no contraste, seguindo a lógica de que os opostos muitas vezes não apenas se atraem, mas também se complementam. E o melhor dessa história toda é que na mesa, como na vida, sempre é possível descobrir novas experiências. E mais prazer (Edição 2133 – n°40 – 07/10/09).

Na reativação de referentes textuais, entra aqui em jogo a ocorrência de uma forma nominal demonstrativa “o mesmo”. Ela tem, no contexto, a função de retomar a informação dada anteriormente: a questão da harmonização entre a bebida e um bom prato.

Há, ainda, o emprego do pronome demonstrativo “essa” em que a expressão referencial opera uma recategorização das informações-suporte. No primeiro caso, a referência demonstrativa “essa saborosa missão” faz com que sejam mantidas em foco as ações de dar uma garfada gostosa (seguida de um gole na cerveja) e estalar a língua de prazer. No segundo caso, a expressão referencial “essa arte da harmonização” é utilizada como recurso para incrementar a estruturação textual. A instrução semântica da referência demonstrativa, nesse caso, contribui para que as informações-suporte, contidas no parágrafo precedente, possam ser reativadas na memória discursiva do leitor.

Texto 14:

A jovem mulher e as divisórias minúsculas. Os produtos da Louis Vuitton trazem elementos que não conseguimos explicar por completo. Quais gestos secretos nossos artesãos passam adiante com discrição? Como fazemos para mesclar o talento inato e a maestria inerente? Ou como cinco divisórias minúsculas conseguem aumentar a vida útil de uma carteira? Deixemos esses mistérios pairando no ar. As respostas virão com o tempo (Edição 2144 – nº51 – 23/12/09).

As formas nominais referenciais podem funcionar tanto como anafóricas quanto catafóricas. No exemplo acima, a expressão nominal “elementos” é catafórica, visto que a continuidade referencial é obtida por meio da sequência das três perguntas feita as quais não se consegue explicar por completo: quais gestos secretos os artesãos são capazes de passar adiante, como fazem para mesclar talento inato e maestria inerente e, por último, como as divisórias minúsculas de uma carteira podem fazer com que ela tenha mais durabilidade. Além disso, o reforço da continuidade temática mantém-se no texto com o uso da retomada de termos pelo uso do demonstrativo “esses mistérios” que se refere aos questionamentos feitos anteriormente. O emprego do demonstrativo recupera os enunciados já introduzidos no texto, recategorizando-os, pois designa seu referente como sendo aquele mesmo de que se tratou anteriormente.

Logo, os objetos- de- discurso viabilizam o constante movimento de progressão e retroação, não permitindo que os referentes sejam “arquivados” na memória de longo termo durante o processamento textual.

Texto 15:

O craque é consumido em todas as classes sociais. Um dependente pode consumir mais de 10 pedras por dia. O efeito da droga é rápido, em até 12 segundos atinge o sistema nervoso e após 5 minutos os efeitos diminuem, causando paranoia, depressão e fissura. Converse sobre o assunto com sua família, amigos e outras pessoas (Edição 2147 – nº02 – 13/01/10).

Nesse texto, a progressão referencial se dá pela remissão constante à informação-suporte mencionada no início do texto: “o craque”. Para que o leitor seja capaz de reconstruir esse referente, são introduzidos novos referentes no discurso: os sintagmas nominais “o assunto”, “pedras” e “drogas” são objetos -de -discurso, isto é, expressões que retomam o antecedente o qual pode ser facilmente ativado na mente do leitor, tornando acessíveis as relações semânticas e conceituais.

Além disso, os sintagmas, “um dependente” e “os efeitos” também funcionam como expressões referenciais, uma vez que pressupõem um antecedente implícito (dependente do contexto) o qual pode ser reconstruído a partir da informação precedente; nesse caso, um dependente (do craque) e os efeitos (do craque).

Como forma de remissão a elementos anteriormente representados no texto ou sugeridos pelo co-texto precedente, as expressões referenciais possibilitam a sua (re)ativação na memória do interlocutor. São, portanto, objetos-de-discurso por manterem o fio discursivo do texto.

Texto 16:

Hoje é um dia importante para você. Respire fundo. A Nissan e a Prefeitura de São Paulo começam agora um plano inovador: trazer o carro elétrico para as nossas ruas e reduzir a zero a emissão de CO₂. São Paulo se torna a primeira cidade da América do Sul rumo a um futuro que parecia ficção científica e que a Nissan está tornando cada vez mais próximo. Só uma marca global que investe pesado no mercado brasileiro poderia comprar um desafio deste tamanho (Edição 2161 – nº16 – 21/04/10).

A língua dispõe de diversos mecanismos para designar um referente. O enunciador deverá passar ao co-enunciador as instruções necessárias para que os referentes por ele visados, em um determinado contexto, possam ser identificados. Nesse texto, há um movimento catafórico e outro anafórico para a retomada do referente. No primeiro caso, a expressão “um plano inovador” é explicada logo em seguida: “trazer o carro elétrico para as nossas ruas e reduzir a zero a emissão de CO₂.” No segundo caso, a expressão “um futuro que parecia ficção científica” é dependente do contexto anterior: o co-enunciador deve colocar o grupo nominal em relação à informação já mencionada para identificar de que referente se trata. Para realizar esse processo, deverá presumir que o referente é acessível a partir do contexto que supõe um saber compartilhado mínimo com o leitor, ou seja, no Brasil, as montadoras ainda não produzem carro elétrico.

Há, ainda, no final do texto, duas expressões referenciais que retomam dois termos anteriormente citados: “uma marca global” refere-se à marca “Nissan” e a expressão “um desafio deste tamanho” faz referência ao “plano inovador” que a empresa pretende lançar no mercado automobilístico: colocar o carro elétrico nas ruas. Os objetos –de -discurso são

enriquecidos, progressivamente, com novos aspectos e propriedades, ao longo do texto, para que se mantenham em foco.

Texto 17:

Alta tecnologia pela natureza.

A Petrobras está investindo em uma tecnologia de última geração: a captura e armazenamento de carbono. A experiência piloto está sendo realizada no campo terrestre de Miranga, localizado no município de Pojuca, na Bahia. Esse projeto de sequestro geológico prevê a retirada diária de 370 toneladas de CO₂ da atmosfera, o que equivale ao plantio de cerca de 500 árvores.

Mais do que ganhos ambientais, a tecnologia em teste tem o objetivo de aumentar o percentual de recuperação de petróleo no reservatório por meio da injeção de CO₂ a altas pressões. A produção deverá atingir seu pico em meados de 2012, com 1500 barris de petróleo por dia. A recuperação adicional de petróleo esperada durante a vida econômica do projeto é de 5 milhões de barris.

Para aprimorar a técnica, que contribui para a preservação do meio ambiente, a Petrobras também apoiou financeiramente a montagem de laboratórios especializados em CO₂ e em pesquisa e desenvolvimento em universidades baianas. (Edição 2169 – nº24 – 16/06/10).

Pode-se considerar produtivo um texto se desenvolver tendo vários objetos -de- discurso cuja referência seja uma única expressão como informação-suporte. É o caso deste texto em que todos os objetos- de- discurso estão atrelados à informação “uma tecnologia de última geração: a captura e armazenamento” mencionada logo no início do texto.

Nesse exemplo, a escolha das expressões nominais que retomam a informação é bastante significativa, pois condiciona o leitor à interpretação do enunciado, propiciando certo direcionamento ao discurso. Ao longo do texto, há quatro expressões referenciais que mantêm em foco a informação-suporte; são elas:

- 1º parágrafo: “a experiência piloto” e “esse projeto de sequestro ecológico”.
- 2º parágrafo: “a tecnologia em teste”
- 3º parágrafo: “a técnica, que contribui para a preservação do meio ambiente”.

Essa associação destina-se, acima de tudo, a que o referente seja facilmente identificado e não se apague na memória do leitor. A cada parágrafo, um termo, já presente no texto, é reativado por meio de uma forma referencial, de modo que o objeto- de- discurso permaneça em foco, garantindo a progressão textual.

Texto 18:

Linha Flor de Cerejeira. Sinta o *parfum* faça a sua alma suspirar à sombra da cerejeira. A metamorfose da cerejeira é um deleite para os olhos a cada estação. Branca na primavera, alaranjada no verão, esverdeada no outono. Mas é o seu olfato que essa poética flor mais encanta quando floresce. L'OCCITANE capturou esse instante em notas perfumadas inesquecíveis na Linha Flor de Cerejeira. Abra seus sentidos e marque os bons momentos com esse delicado aroma (Edição 2168 - nº 23 – 09/06/10).

O fio condutor que garante a prossequência desse texto são as expressões referenciais; elas são capazes de gerar o encadeamento mental das informações-suporte. Dentre as nominalizações, a expressão “essa poética flor” retoma o sintagma “metamorfose da cerejeira”; os termos “primavera”, “verão” e “outono” mantêm em foco e, ao mesmo tempo, recuperam o sintagma “a cada estação”. Além disso, as expressões “esse instante” e “esse delicado aroma” retomam, respectivamente, a época (“quando floresce”) e os produtos da “Linha Flor de Cerejeira”.

Ao invocar o interlocutor para que “abra seus sentidos”, o produtor do texto opera uma recategorização dos referentes: “um deleite para os olhos” e os adjetivos “branca”, “alaranjada” e “esverdeada” (visão); “seu olfato”, e “notas perfumadas” (olfato) os quais podem ser facilmente inferidos com base no contexto. As expressões referenciais desempenham funções cognitivas de extrema relevância para o processamento do texto; são responsáveis pela textualização e a conseqüente produção de sentidos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A linguagem é uma atividade interativa em que nos constituímos como sujeitos sociais. Isto implica dizer que o ensino da língua deve levar em conta sua dimensão ética e política e que o aluno deve ser capaz de refletir criticamente sobre os diversos tipos de discursos que circulam cotidianamente na sociedade. Significa, acima de tudo, estar atento ao jogo de poder que se manifesta na e pela linguagem.

Considerando-se as dificuldades de compreensão e produção de textos, é preciso observar que tanto uma quanto a outra são tarefas que podem apresentar diferentes graus de ativação de habilidade por parte do aluno. Esse processo será mais produtivo se forem oferecidas a ele oportunidades de observar os fatos linguísticos em situações de comunicação as mais diversificadas possíveis.

É essencial oportunizar ao aluno o contato com os diversos gêneros textuais, estimulando o desenvolvimento das habilidades de apreciação, compreensão e produção de uma variedade de tipos de textos. A inserção de peças publicitárias nas aulas de língua

portuguesa pode servir como motivação e, sem dúvida, corroborar a tarefa do professor no tocante à análise da estrutura formal e semântica como parâmetro para estudo de outros textos persuasivos.

A opção por privilegiar o texto publicitário como objeto de estudo justifica-se na medida em que neles podem-se constatar os mais variados recursos de que a língua dispõe. Como geralmente são constituídos por mensagens condensadas e apelativas, postula-se que neles articulam-se complexas “manobras” linguísticas e a recorrência a uma seleção vocabular apropriada em função das finalidades e objetivos do texto. Decorre daí a necessidade de se investigar o modo pelo qual essas mensagens são produzidas e os sentidos veiculados por elas.

Finalmente, convém lembrar que, na construção de sentidos de um texto, há aspectos cognitivo-discursivos, semântico-pragmáticos, argumentativos e textuais que são responsáveis pela progressão textual. Como forma de explicitar algumas das estratégias que possibilitam a produção de sentidos do texto publicitário, valemo-nos das expressões referenciais que, por serem multifuncionais, podem contribuir, decisivamente, para a progressão temática daquele discurso. Além disso, vale ressaltar que processamento do discurso é estratégico, uma vez que implica lançar mão de escolhas significativas entre as múltiplas possibilidades que a língua oferece.

Referências

KOCK, Ingedore G. Villaça. *Desvendando os segredos do texto*. São Paulo: Cortez, 2002

KOCH, Ingedore G. Villaça. e ELIAS, Vanda Maria. *Ler e Compreender os sentidos do texto*. São Paulo: Contexto, 2006.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação* – Tradução de Cecília P. de Souza e Silva, Décio Rocha – São Paulo: Cortez, 2001.

PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos*. São Paulo: Hacker Editores, 2002.