

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Marlon Remboski de Souza

ESTUDO ENUNCIATIVO DO ADJETIVO COMO
INDICADOR DE SUBJETIVIDADE

Passo Fundo

2017

Marlon Remboski de Souza

ESTUDO ENUNCIATIVO DO ADJETIVO COMO
INDICADOR DE SUBJETIVIDADE

Monografia apresentada ao curso de Letras,
Português, Inglês e Respectivas Literaturas, do
Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, da
Universidade de Passo Fundo, como requisito
parcial para obtenção do grau de Licenciatura em
Letras, sob orientação da Prof^ª. Dr. Claudia Stumpf
Toldo Oudeste.

Passo Fundo

2017

Marlon Remboski de Souza

Estudo enunciativo do adjetivo como indicador de subjetividade

Monografia apresentada ao curso de Letras, do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção de grau de Licenciatura em Letras, sob a orientação da Prof.^a Dr. Claudia Stumpf Toldo Oudeste.

Aprovada em 28 de novembro de 2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr. Claudia Stumpf Toldo Oudeste - UPF

Prof. Dr. Marlete Sandra Diedrich - UPF

Ao William, *tu* sem o qual não sei ser *eu*.

AGRADECIMENTOS

A meus pais que sempre apoiaram minhas escolhas e não mediram esforços para que eu pudesse realizar a graduação de meus sonhos. Seus cuidados constantes me permitiram ser quem sou hoje e, por isso, sou-lhes eternamente grato.

À professora Claudia Toldo que, desde a primeira vez que ouvi você falar de Saussure até a última aula de sintaxe, me ensinou a amar não apenas o estudo da língua, mas toda ela. Seu modo de ensinar será sempre tido como inspiração e como uma utopia, para que eu continue caminhando.

À professora e amiga Marlete Diedrich. Pesquisar e conviver contigo permitiram, sem dúvida, que essa monografia fosse escrita. Suas contribuições, contudo, não se limitam ao acadêmico: pesquisar e conviver contigo permitem, todo dia, que eu me torne mais humano, ciente do que significa, na e pela língua, ser.

Aos meus amigos Alexandre e Pedro que, mesmo distantes, ouviram minhas reclamações constantes, meus medos e inseguranças. Deram-me, cada um a seu jeito, forças para que eu continuasse escrevendo.

“Abrimos a janela. Realmente, estava um céu azul e claro. José Dias soergueu-se e olhou para fora; após alguns instantes, deixou cair a cabeça murmurando: Lindíssimo!”

- Machado de Assis

RESUMO

Este trabalho visa estudar o adjetivo, de uma perspectiva gramatical e enunciativa, tomando-o como uma marca de subjetividade em textos publicitários. Nesta pesquisa, são considerados quatro diferentes gramáticas para estudar o adjetivo, são elas: 1) a gramática tradicional, 2) a normativa, 3) a descritiva e 4) a de usos, respectivamente representadas por Bechara (2009), Rocha Lima (1998, 2003), Perini(2006) e Neves (2011). Esse estudo gramatical leva aos seguintes questionamentos iniciais: quais são as diferenças e semelhanças entre os quatro autores? Em seus estudos, há uma reflexão sobre a gramática no texto? Qual a ideia de uso presente, se mencionada, em suas gramáticas? Que noção de língua encontra-se nos autores estudados? Quanto à enunciação, estuda-se Benveniste (2005) e (1989), principalmente sobre o aparelho formal da enunciação e a subjetividade da linguagem. Esse estudo enunciativo leva a estes questionamentos: de que forma os adjetivos, enquanto recursos linguísticos, marcam a subjetividade? Como o sentido é afetado a partir da noção do aqui-agora? Analisam-se, com esse aporte teórico e partindo dessas questões, três textos publicitários retirados da revista Exame. Diante dessas perspectivas teóricas, este trabalho coloca em destaque o adjetivo, enquanto categoria gramatical, como forma da língua que marca a subjetividade do sujeito que se enuncia no texto, nesse caso, no texto publicitário.

Palavras-chave: Gramática. Adjetivo. Enunciação. Subjetividade. Anúncio Publicitário.

ABSTRACT

This paper aims to study the adjective, from a grammatical and enunciative perspective, taking it as a mark of subjectivity in advertising texts. In this research, are considered four different grammars to study the adjective, they are: 1) the traditional grammar, 2) the normative one, 3) the descriptive one and 4) the of usages one, respectively represented by Bechara (2009), Rocha Lima (1998), Perini (2006) and Neves (2011). This grammatical study leads to the following initial questions: what are the differences and similarities between the four authors? In their studies, is there a thinking about grammar in text? What is the present idea of usage, if mentioned, in their grammars? What notion language is found in the authors studied? As for the enunciation, it is studied Benveniste (2005) and (1989), mainly about the formal apparatus of enunciation and the subjectivity in language. This enunciative study leads to these questions: in what way do adjectives, as linguistic resources, mark subjectivity? How is meaning affected by the notion of the here-now? It is analyzed, with this theoretical contribution, three advertising texts from Exame magazine. In view of these theoretical perspectives, this work highlights the adjective, while a grammatical category, as a form of language that marks the subjectivity of the subject that enunciates him or herself in the text, in this case, in the advertising text.

Keywords: Grammar. Adjective. Enunciation. Subjectivity. Advertisement.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 O ADJETIVO: A PALAVRA QUE SE RELACIONA COM O SUBSTANTIVO	14
2.1 Disciplina gramatical: uma influência grega	14
2.2 Gramáticas tradicional e normativa	15
2.2.1 O adjetivo: o que diz Bechara - a Gramática Tradicional	17
2.2.2 O adjetivo: o que diz Rocha Lima - a Gramática Normativa	18
2.3 Gramática descritiva: a língua como ela é	19
2.3.1 O adjetivo: o que diz Perini - a Gramática Prescritiva	20
2.4 Gramática de usos: a língua em funcionamento	22
2.4.1 O adjetivo: o que diz Neves - a Gramática de Usos	22
2.5 Considerações sobre o uso dos adjetivos	26
3 O ADJETIVO: EXPRESSÃO DE SUBJETIVIDADE	27
3.1 A linguística da enunciação de Benveniste	27
3.2 Enunciação e gramática: uma possibilidade de estudo	28
3.3 Subjetividade: um olhar para as marcas linguísticas	29
3.4 Adjetivo e enunciação: uma relação possível	33
4 METODOLOGIA DE ANÁLISE	35
4.1 O gênero publicidade	36
4.2 Análises	36
4.2.1 Análise 1	37
4.2.1.1 Descrição	37
4.2.1.2 Adjetivos presentes no texto	37
4.2.1.3 Análise gramatical	38
4.2.1.4 Análise enunciativa	39
4.2.2 Análise 2	41
4.2.2.1 Descrição	41
4.2.2.2 Adjetivos presentes no texto	41
4.2.2.3 Análise gramatical	41
4.2.2.4 Análise enunciativa	43
4.2.3 Análise 3	45
4.2.3.1 Descrição	45
4.2.3.2. Adjetivos presentes no texto	46

4.2.3.3 Análise gramatical	47
4.2.3.4 Análise enunciativa	48
4.3 Discussão das análises	52
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
REFERÊNCIAS	56
ANEXO A	58
ANEXO B	59
ANEXO C	60

1 INTRODUÇÃO

É na e pela linguagem que aprendemos a própria definição do que significa *ser* humano. Impossível seria encontrar pessoas, no mundo, que não se definem pela linguagem. É inerente ao homem falar, e, ao dizer, colocar o outro diante de si. Na e pela linguagem aprendemos a definição de reciprocidade: nenhum homem se concebe sem o outro; assim como nenhum homem concebe a si mesmo sem a linguagem. Ao entendermos a linguagem — e, portanto, a vida — dessa maneira, percebemos o quão única é a condição do homem.

Diante disso, nossa preocupação está em entender de que forma uma pessoa se propõe como sujeito. Entendemos que a língua é, em seu cerne, a possibilidade de subjetividade. Quando *eu* se propõe como sujeito, não pode deixar de falar de si, ou seja, o enunciado por inteiro está impregnado de marcas que imprimem o locutor naquilo que diz.

Nossa pesquisa, então, está interessada no adjetivo enquanto uma dessas marcas, e consideramos útil pedir que esse interesse se justifique. Ora, assim como única é a condição do homem na linguagem, também únicos são os usos que dela fazemos, *singulares*. Acreditamos que os adjetivos remetem diretamente àquele que fala, como uma roupagem a seu texto, que deixa de ser amplo e passa a delimitar-se. Diante disso, este trabalho visa responder a questões relacionadas à gramática e à enunciação. Quanto à gramática, focamos na classe dos adjetivos e buscamos, com o apoio de diferentes tipos de gramática, responder ao que cada uma delas diz sobre essa classe de palavras que se relaciona com o substantivo, tomando, especialmente, questões morfológicas e sintáticas desta forma linguística. À enunciação, questionamos: de que forma os adjetivos, enquanto recursos linguísticos, marcam a subjetividade? Como o sentido é afetado a partir da noção do aqui-agora?

A justificativa deste trabalho é dividida em dois pontos: 1) o porquê de se olhar a classe dos adjetivos a partir de diferentes ramos da gramática e 2) a necessidade de trazer os estudos enunciativos para análises gramaticais, tendo presente a construção dos sentidos de textos.

Vemos, em um primeiro momento, a importância de olharmos para esta classe — a dos adjetivos — de diferentes *pontos de vista*, pois é preciso analisar como mais de uma vertente de estudo gramatical vê a classe dos adjetivos, para que possamos defini-la em sua amplitude, e, só então, irmos além das gramáticas e perceber esta pelo viés da enunciação.

Além disso, o conceito *gramática* deve vir sempre especificado para que não haja confusão e o assunto possa ser tratado claramente. Pensando nisso, trabalhamos com quatro diferentes gramáticas: 1) a gramática tradicional, 2) a normativa, 3) a descritiva e 4) a de usos,

respectivamente representadas por Bechara (2009), Rocha Lima (1998, 2003), Perini(2006) e Neves (2011). A revisão teórica que propomos, portanto, justifica-se na medida em que não seria viável trabalhar com uma *classe gramatical* sem antes rever o que mais de uma gramática tem a dizer sobre ela.

Com isso, ao segundo ponto, surge o questionamento da teoria da enunciação ser válida para um trabalho gramatical. Pensamos que sim, por motivos a serem tratados a seguir.

O primeiro deles está no fato de o próprio Émile Benveniste — autor destaque da Teoria de Enunciação — trabalhar com classes gramaticais para explicitar, por exemplo, a noção de pessoa a partir dos pronomes pessoais. Além disso, como o nosso foco é subjetividade, na leitura do capítulo “Da subjetividade da linguagem”, vemos que Benveniste (2005) trabalha com os verbos, a fim de mostrá-los como indicadores de subjetividade. Em suas palavras:

Os pronomes pessoais são o primeiro o primeiro ponto de apoio para essa revelação da subjetividade na linguagem. [...] São indicadores da dêixis, demonstrativos, advérbios, *adjetivos*, que organizam as relações espaciais e temporais em torno do "sujeito". (BENVENISTE, 2005, p. 288, grifo nosso).

Disso, destaca-se que podemos considerar que algumas classes gramaticais têm um lugar diferenciado na enunciação, visto que marcam o sujeito em seu enunciado. A classe dos adjetivos, porém, foi uma das que recebeu, por parte de Benveniste, apenas menção honrosa: o teórico não desenvolveu um trabalho específico desta classe, assim como o fez com pronomes e verbos. Isso faz com que, para nós, seja uma área frutífera a ser trabalhada.

Até então, estão explicados dois pontos: trabalhamos com o adjetivo como uma classe gramatical indicadora de subjetividade. Falta, portanto, a materialidade de nossa pesquisa. Trabalhamos tal classe em três anúncios publicitários. O estudo do uso dessa classe de palavras em textos publicitários é justificado porque, em tal gênero, o adjetivo utilizado é crucial. Carvalho afirma que:

A mensagem publicitária é [...] a de renovação, progresso, abundância, lazer e juventude [...] cria e exhibe um mundo perfeito e ideal [...] — sem guerras, fome, deterioração, ou subdesenvolvimento. Tudo são luzes, calor e encanto, numa beleza perfeita e não-perecível (CARVALHO, 2009, p. 11).

Pensando nisso, o uso do adjetivo é, para nós, um dos fatores que tem forte influência para que todo esse universo seja criado, a fim de convencer o leitor de que aquilo que se propaga deve ser adquirido.

Diante do exposto até então, explicamos, agora, como cada capítulo está estruturado.

O primeiro está focado em analisar o funcionamento da classe gramatical dos adjetivos. Antes de partirmos para as gramáticas de fato, vemos necessidade de uma breve contextualização histórica do que significa um estudo, ou disciplina, gramatical, a fim de diferenciarmos com mais propriedade os quatro tipos de gramática por nós escolhido. Passamos, então, a trabalhar com as gramáticas tradicional, normativa, descritiva e de usos, sendo que, ao final de cada uma dessas, olhamos especificamente para como o adjetivo é considerado. Alguns questionamentos guiam essa primeira seção, como a noção de língua, texto e uso presente nas gramáticas, e tentamos respondê-lo ao final do primeiro capítulo.

Em seguida, ao segundo capítulo, aprofundamos os estudos que unem a gramática à enunciação. Embasamo-nos em Émile Benveniste (1989) e (2005), e nas leituras de Flores (2008) e (2013) sobre o teórico. Levamos em conta a possibilidade da união entre os estudos gramaticais e os estudos enunciativos, e se, com essa união, reduziríamos a enunciação a um conjunto de normas estritas. Passamos, então, a analisar as considerações de Benveniste (2005) acerca da subjetividade da linguagem, trabalhando com as noções de subjetividade, intersubjetividade e tempo, expressas por marcas linguísticas no enunciado. Por fim, tratamos da relação possível entre a classe dos adjetivos e um estudo enunciativo sobre tal, considerando o adjetivo como uma das formas da língua que, quando em uso, expressa a subjetividade de quem a colocou em funcionamento.

No terceiro capítulo, explicamos nossa metodologia de pesquisa e apresentamos as análises dos anúncios publicitários, feitas a partir dos estudos gramaticais, embasados com teóricos referência para cada gramática, estudados no primeiro capítulo, e da Teoria da Enunciação, conforme proposta por Benveniste, assim como as características do gênero anúncio publicitário.

As discussões das análises e uma reflexão final é feita em seguida. Entendemos que, quando trabalhamos com anúncios publicitários, o verbal e o não-verbal tem igual importância, ambos argumentam. Vemos como uma fragilidade nossa não trabalhar com a linguagem não-verbal e fica esta como uma possibilidade de estudo futuro, assim como o olhar para outras marcas linguísticas que não os adjetivos. Feitas tais considerações, iniciamos agora o primeiro capítulo.

2 O ADJETIVO: A PALAVRA QUE SE RELACIONA COM O SUBSTANTIVO

“Reconheço-o pelos adjetivos”.

- José Eduardo Agualusa.

Para o início da discussão, fazemos uma revisão bibliográfica das diferentes visões gramaticais acerca da classe dos adjetivos. Usamos como aporte teórico quatro diferentes tipos de gramática, são elas: 1) a gramática tradicional, 2) a normativa, 3) a descritiva e 4) a de usos, respectivamente representadas por Bechara (2009), Rocha Lima (1998, 2003), Perini (2006) e Neves (2011). Em um primeiro momento, ocupamo-nos com a diferença que as duas primeiras têm, pois é uma linha tênue que as separa, o que faz com que facilmente sejam tidas como semelhantes, ou até iguais. Para essa diferenciação, traçamos uma breve descrição de como a gramática tradicional surgiu e como isso influencia ambas, tradicional e normativa, hoje. Após, trataremos das seguintes: a de uso e a descritiva. Junto disso, após a descrição sobre de que tratam tais gramáticas, voltamo-nos, em cada uma delas, à perspectiva que têm sobre a classe gramatical dos adjetivos. Isso nos leva a elencar alguns questionamentos iniciais, tais como: quais são as diferenças e semelhanças entre os quatro autores? Há uma perspectiva de texto? Qual a ideia de uso presente, se tratada, em suas gramáticas? Que noção de língua encontramos nos autores estudados?

Esses diferentes olhares se mostram necessários ao passo que não temos uma concepção de língua única e imperante. Diferentes gramáticas nos revelam diferentes pontos de vista e nos permitem entender o adjetivo, classe por nós escolhida, e seu funcionamento sem estarmos presos a apenas uma noção. Para tanto, é preciso analisar como mais de uma vertente de estudo gramatical vê e entende não só a classe dos adjetivos, mas o próprio funcionamento da língua. Isso permite que possamos definir tal classe em sua amplitude, e, só então, irmos além das gramáticas e estudar os adjetivos pelo viés da enunciação.

2.1 Disciplina gramatical: uma influência grega

A partir das reflexões de Neves (2005), entendemos que a gramática tida como disciplina foi criação da época helenística cujo objetivo específico era preservar, a fim de transmitir, a herança cultural helenística. Esse “transmitir” está ligado à ideia de docência: educação que visava passar para gerações futuras o patrimônio literário, a partir do exame de grandes obras do passado. Considerava-se, devido aos julgados barbarismos da língua grega,

necessário um exame de autores cujos usos linguísticos caracterizavam-se como puros e não corrompidos, ou seja, o grego de fato.

Nesse cenário cultural, a natureza dos estudos gramaticais é, segundo Neves, regida pelas seguintes características:

Limitação à língua escrita, especialmente à língua do passado, mais especificamente à língua literária, e exclusivamente a grega. Nem interessava a língua coloquial nem quaisquer línguas de outros povos. A elucidação dos textos clássicos e o comentário crítico desses textos ditavam as diretrizes dos estudos linguísticos. (NEVES, 2005, p. 113).

Esses estudos, portanto, “codificaram a gramática grega e lançaram o que seria o modelo da gramática ocidental tradicional” (2005, p. 118). A criação dessa disciplina é, portanto, fundamentada em bases estritamente determinadas: olham-se os fatos linguísticos isolados, de forma a examiná-los e decodificá-los, a fim de divulgação e preservação da língua grega (NEVES, 2005).

Apesar dessa origem elitista, que traz uma separação e afastamento de classes sociais, Silva ressalta que

[...] o processo cumulativo que se desenvolveu durante vinte e três séculos e que se perpetua até nossos dias é do maior interesse para a história cultural do homem e para a percepção de como se foi construindo um campo do saber, o da reflexão sobre linguagem humana, o da Linguística, portanto. O embate político- ideológico que se iniciou na Grécia Clássica abriu, sem dúvida, um espaço para o início da criação do discurso científico não só sobre a linguagem, mas também sobre o homem e o mundo. (SILVA, 2016, p. 14).

Com isso em mente, apresentamos a seguir as quatro gramáticas que serão trabalhadas nessa pesquisa, trazendo as principais características e seus principais representantes, assim como a análise do ponto de vista delas perante o adjetivo.

2.2 Gramáticas tradicional e normativa

Nessa pesquisa, usamos como autores referência nesse campo de estudo Bechara (2009), para a tradicional, e Rocha Lima (2003), para a normativa. Da forma como são estudadas hoje, as gramáticas tradicional e normativa trabalham com ideias muito próximas, baseando-se na regra. Rocha Lima (2003, p. 7) afirma que as regras gramaticais foram fundamentadas “nas obras de grandes escritores, em cuja linguagem as classes ilustradas põem o seu ideal de perfeição, porque nela é que se espelha o uso idiomático que se

estabilizou e consagrou”. Isso mostra um dos porquês de serem tidas como equivalentes, pois é clássico que se mencione que elas se apoiam no que os textos cânones da literatura de Língua Portuguesa apresentam, o que é tratado como bom uso da língua e, portanto, como norma a ser seguida.

Apesar dessa similaridade, a distinção, aqui, é baseada na oposição que Bechara (2009, p. 51) estabelece entre o que é “exemplar” do que é “correto”. Para o gramático, há uma ampla necessidade de se firmar essa diferença. Nessa pesquisa, acreditamos que a gramática tradicional está para o exemplar como a gramática normativa está para o correto.

Sobre o exemplar, Bechara (2009, p. 51) o considera como uma “forma eleita entre as várias de falar que constituem a língua histórica, razão por que o eleito não é nem correto nem incorreto”. Trata-se de, dentro da língua comumente falada, escolher uma variante que seja

[...] mais disciplinada, normatizada idealmente, mediante a eleição de usos fonéticos-fonológicos, gramaticais e léxicos como padrões exemplares [...] a serem praticados em determinadas situações sociais, culturais e administrativas de intercâmbio superior” (BECHARA, 2009, p. 51).

O correto que é pregado pela gramática normativa, porém, é, para Bechara (2009, p. 52), “um juízo de valor” e está preocupado em saber se um fato linguístico “está em conformidade com um modo de falar”, isto é, se está dentro do que é correto para determinada comunidade, levando em conta sua tradição idiomática.

Em resumo, a tradicional oferta, dentre vários modos de se falar uma língua, um que é exemplar, seguindo a tradição, em determinada situação social. A normativa irá ditar a norma — que para Bechara (2009, p. 42) “contém tudo o que na língua não é funcional, mas que é tradicional, comum e constante, ou, em outras palavras, tudo o que se diz ‘assim, e não de outra maneira’” —, separando aquilo é correto do incorreto. Sendo assim, a gramática normativa encontra na gramática tradicional, aquela forjada pelos gregos, um lar. Do interesse provido de cunho didático, a normativa criou uma disciplina que trouxesse, então, o certo e o errado, a fim de definir normas que iriam reger o uso da língua.

Passamos a olhar para o adjetivo especificamente em ambas as gramáticas mencionadas.

2.2.1 O adjetivo: o que diz Bechara – a Gramática Tradicional

Bechara (2009, p. 142) conceitua a classe dos adjetivos. Diz ele que “é a classe de lexema¹ que se caracteriza por constituir a *delimitação*, isto é, por caracterizar as possibilidades designativas do substantivo, orientando delimitativamente a referência a uma *parte* ou a um *aspecto* do denotado”. Desse conceito, ressaltamos dois fatos: 1) o adjetivo *precisa* estar ligado ao substantivo, de outro modo não se classifica como tal, e 2) *sempre* irá limitar o sentido do substantivo com o qual se liga, caracterizando sua função de *delimitador*. Bechara (2009) também destaca a relação de concordância expressa entre o signo delimitador e o signo delimitado, em questões de gênero e número, e a gradação do adjetivo².

A questão de delimitação é tida (BECHARA, 2009) em três diferentes aspectos, podendo ser: 1) explicação, 2) especialização e 3) especificação. Os explicadores destacam uma característica inerente ao signo delimitado, por exemplo: “**o vasto** oceano”, “**as líquidas** lágrimas”; os especializadores marcam os limites pelos quais se considera o signo delimitado, a exemplo de: “a vida **inteira**”, “o sol **matutino**”; os especificadores restringem as possibilidades de um signo, atribuindo-lhe delimitações que não lhe são inerentes, como “castelo **medieval**”, “aves **aquáticas**”.

Outras classes podem agir como delimitadores de um termo, como é o caso dos pronomes (possessivos, demonstrativos, indefinidos) e dos numerais, mas não se confundem com os adjetivos propriamente ditos. Como ressaltou Bechara, estes se classificam como lexemas e, portanto, têm significado lexical; os outros mencionados não o possuem ou o fazem de modo muito genérico. É o caso, por exemplo, de “**alguns** homens”: embora “alguns” delimite o sentido, não possui significado lexical e não apresenta todas as características que contém um adjetivo, como a gradação.

Além disso, Bechara (2009, p. 144) notifica que a tradição gramatical grega e latina reunia “substantivos e adjetivos numa só classe, a dos *nomes*, como ainda fazem alguns gramáticos de línguas estrangeiras (ingleses, por exemplo)”. Na Idade Média é que a distinção é feita, onde se leva em conta a substantivação do adjetivo, considerando os valores que se pode obter no uso. Bechara (2009, p. 145) traz alguns exemplos, como: “o **bom** da história é que não houve fim” e “o **triste** do episódio está em que a vida é assim”. Essa possibilidade de

¹ Por “lexema”, entende-se “a unidade linguística dotada de significado léxico, isto é, aquele significado que aponta para o que se apreende do mundo extralinguístico mediante a linguagem” (BECHARA, 2009, p. 54).

² Também são feitas considerações sobre as *locuções adjetivas*, caracterizadas pela fórmula preposição + substantivo ou equivalente que aja com a função delimitadora do adjetivo. Exemplo: Homem **de corajoso** = Homem **corajoso**.

troca permite a interpretação de que os limites entre uma classe e outras não podem ser pré-definidos, deixando clara a necessidade de olhá-las em funcionamento.

Feitas tais considerações, passamos a tratar do adjetivo para a gramática normativa.

2.2.2 O adjetivo: o que diz Rocha Lima – a Gramática Normativa

As questões pontuadas por Rocha Lima não destoam daquelas trazidas por Bechara, anteriormente trabalhadas. Isso se justifica devido ao fato de, como já dissemos, ambos trabalharem com a noção de regra ou norma gramatical. A diferença está, principalmente, na forma sucinta com a qual Rocha Lima trata a classe dos adjetivos, sem entrar em detalhes como Bechara faz ao separar a classe em três tipos. Eis o conceito dado por Rocha Lima (1998, p. 86): “adjetivo é a palavra que restringe a significação ampla e geral do substantivo”. Os escritos de Rocha Lima permitem que façamos ligações com o conceito de Bechara, sendo elas a relação intrínseca com o substantivo e a alteração, chamada de restrição por Rocha Lima, de sentido da palavra com a qual se liga.

As qualidades do adjetivo de ser passível de alteração em gênero, número e grau não diferem das trazidas por Bechara. Uma questão que ressaltamos, porém, remete-nos ao conceito de norma antes trazido: “tudo o que se diz ‘assim, e não de outra maneira’”. Pode-se observar claramente esse conceito na prática na seguinte observação que Rocha Lima faz ao tratar de adjetivos biformes. Diz ele:

Trabalhador, quando é substantivo, tem por feminino *trabalhadora*; quando é adjetivo, *trabalhadeira*.

Exemplo:

As trabalhadoras já vão para as fábricas (isto é, *as operárias*)

As mulheres trabalhadeiras sabem quanto lhes custa cuidar bem de uma casa grande.

(ROCHA LIMA, 1998, p. 97, grifos do autor).

Em nenhum momento Rocha Lima faz menção em como tal adjetivo é usado de fato pelos falantes, apenas trabalha com o que se configura como bom uso da língua. Bom uso, certamente, idealizado por completo na visão de gramáticos preocupados apenas com a língua escrita do passado, cujos usos alcançam um ideal de perfeição. Com a mesma pretensão grega, a gramática normativa dita tanto como devem ser os usos na escrita como na fala.

Os estudos feitos até então nos mostram uma visão tradicional e normativa de língua, muito preocupados em definir e conceituar, o que reduz muitas possibilidades, mas nunca

deixa de ser relevante para os estudos gramaticais. Passamos agora a estudar sob outra ótica: primeiro, a gramática descritiva; mais adiante, os estudos da gramática de usos.

2.3 A gramática descritiva: a língua como ela é

Ao tratarmos da gramática descritiva, que tanto difere das duas anteriormente apresentadas, usamos como aporte teórico as pesquisas de Perini (2006) e (2009). A segunda parte de nosso subtítulo é de autoria do linguista e também definição inicial da gramática descritiva, pois nesta estudamos “a língua como ela é” (PERINI, 2006, p. 21), desconsiderando o que se pode ter como ideal.

Nesse estudo de Perini (2006), parte-se da própria função do linguista, que é descrever os fatos da língua sem nenhuma preocupação em separar o “certo” do “errado” — até defendendo que não existe base linguística para essa distinção (PERINI, 2006, p. 21) —, a fim de conceituar o papel de uma gramática dita descritiva. O pesquisador faz uma analogia com a situação de um historiador: ora, se se descobre que um determinado povo antigo realizava rituais de sacrifício humano, não importa se tal historiador desaprova isso ou não, é um fato e, portanto, deve ser registrado. O mesmo ocorre com a língua: “se todo mundo diz *me dá ele aí*, essa é uma estrutura legítima da língua falada do Brasil, e precisa figurar na descrição” (PERINI, 2006, p. 21, grifos do autor). Percebemos que essa gramática ocupa-se com o que há na língua no agora em que se estuda, tendo a tradição e a norma como apoio, que será usado para *descrever* a língua.

Nessa gramática entra em pauta a questão do adequado e do inadequado para cada situação social. Da mesma forma que seria inadequado escrever “*me dá ele aí*” em uma redação formal, por exemplo, também o seria dizer “dê-me esse livro” em uma conversa por *chat* com um amigo. Perini (2006) afirma, a partir disso, que cada possibilidade de variação que uma língua pode assumir tem seu contexto apropriado, mas, além disso, e talvez o mais importante, é o *fato* de que os falantes dominam isso com segurança e sabem empregar a língua, adequadamente, ao momento em que a colocam em funcionamento.

Esse “saber” dos falantes, porém, pode não comportar o conhecimento do falar culto de uma língua: aqui entra o papel da escola. Perini traz a reflexão, em sua gramática, de que o ensino, hoje, tem feito mais mal do que bem, pois o foco está na gramática tradicional, ou “velha gramática tradicional” (PERINI, 2009, p. 14), visto que o ensino está empobrecido e reduzido a um estudo classificatório e excludente.

A *Gramática* de Perini, portanto, traz uma série de problemas e possibilidades de soluções, sendo o mais importante não a validade destas, mas o incitar discussão acerca de problemas reais de análise da língua. A gramática descritiva serve de exemplo sobre como se pode fazer uma gramática da língua portuguesa, isolando as preocupações normativas da descrição da língua.

As considerações de Perini (2009) sobre o adjetivo são feitas a seguir.

2.3.1 O adjetivo: o que diz Perini – a Gramática Descritiva

Ao contrário do afirmado por Bechara e Rocha Lima em suas gramáticas, Perini (2009) reconhece a relação entre o adjetivo e substantivo como existente, mas com limites pouco definidos. Para ele, não existe uma substantivação do adjetivo, no sentido classificatório das gramáticas tradicional e normativa, mas sim um comportamento gramatical dessas classes – comumente classificadas como substantivo e adjetivo – que não se limita à classificação tradicional, vista a falta de nitidez entre o que é um e outro.

A divisão proposta em sua gramática de cunho descritivo muito se difere – e até se torna mais complexo – da tradicional e da normativa: a classificação é separada, aqui, por *traços*. Um traço comum ao substantivo é o de poder constituir-se como núcleo de um sintagma nominal³ (doravante +NSN). Exemplifica com a seguinte oração:

(1) Patrícia comprou um PC. (PERINI, 2009, p. 322).

Patrícia ocupa a posição de núcleo de SN e é classificada como um substantivo em sua posição normal. Seria o caso de outras palavras, exemplificadas pelo autor, como “inimigo, cabelo, fazendeiro”. Todas essas seriam classificadas, tradicionalmente, como substantivos.

Contudo, se levarmos em conta palavras como “ela, endividado, verde, vencer, velho”, nenhuma delas substantivo quando descontextualizadas, percebemos que também podem conter o traço +NSN. Seguem os exemplos:

(2) Ela comprou um PC.

(3) O endividado vai ter um alívio com a nova lei.

(4) O verde está muito na moda.

(5) Vencer é meu objetivo.

(6) Velho em geral dorme pouco (idem, p. 322).

³ Essa informação encontra respaldo nas gramáticas baseadas na norma. Bechara (2009, p. 410) afirma que “uma palavra não é substantivo porque pode exercer a função de sujeito; ao contrário, só pode ser sujeito porque é um substantivo ou equivalente”. Isso demonstra a necessidade de um conhecimento da gramática tradicional para que se possa descrever a língua com propriedade.

Isso tudo coube dentro de apenas um traço. Ressalta Perini (2009, p. 322) que “o potencial funcional das palavras, na maioria das vezes, se exprime por vários traços”. Isso permite que a maioria das palavras mude de classe, dependendo de seu desempenho, como é o caso em:

- (7) Uma mesa *velha*.
- (8) Um avião *inimigo*.
- (9) Um rapaz *endividado*. (idem, p. 322)

Nos exemplos (7), (8) e (9), palavras antes usadas e classificadas como substantivos, passam a funcionar como adjetivos e apresentam outro traço, o de *modificadores*. Ora, de um mesmo modo podemos considerar palavras comumente não admitidas como adjetivos, a exemplo de “médico, homem, trabalhador”, e alterar sua função no uso:

- (10) Colimério tem um filho *homem*. (idem, p. 329).

A possibilidade de trocar *homem* pelos outros exemplos citados em nada afetaria a sintaxe do texto.

Por isso, a partir da identificação de oito traços⁴ e da afirmação de que muitos mais podem ser encontrados, Perini afirma que os limites entre uma classe e outra não são nítidos. Pensando nisso, traz um conceito baseado em possibilidades:

Substantivos são, pois, todas as classes que podem ser complementos do predicado e não podem ser nem modificadores nem predicativos; adjetivos são as palavras que podem ser complementos do predicado, e também modificadores e predicativos. (PERINI, 2009, p. 327).

De acordo com ele, “a classificação proposta é mais complexa do que a da gramática tradicional; em compensação, *descreve* de maneira muito mais adequada o modo pelo qual *os itens funcionam dentro da língua*” (PERINI, 2009, p. 328) [grifos nossos]. Percebemos claramente a função da gramática descritiva nesse caso, pois a preocupação não está nem em explicar a gramática tradicional ou a normativa, nem em criar novas nomenclaturas com objetivos prescritivos, mas sim em justificar como uma palavra, no nosso caso, tem a possibilidade de funcionar como adjetivo, quando consideradas em mais de uma situação.

⁴ Dentre os traços citados por Perini (2006) estão: [(+/-)CP, (+/-) T,SN, (+/-)Pv, (+/-)Mod, (+/-) NSN, (+/-) Int, (+/-),(+/-) Pn, (+/-) íssimo]. Entendendo a possibilidade (+) ou não (-) de admitir diferentes funções dentro de um contexto sintático. Nesta pesquisa, não nos interessa olhar para todos, visto que a elucidação dos trabalhos no texto nos basta para um entendimento de como Perini trata o adjetivo.

Passamos agora à gramática de usos, última estudada em nossa pesquisa.

2.4 Gramática de usos: a língua em funcionamento

Por fim, trabalhamos com os estudos de Neves (2011), cujo objetivo é o de descrever os *usos* efetivos dos itens da língua. Para tal, Neves parte dos próprios itens lexicais e gramaticais da língua — as tradicionais classes de palavras — e explicita-os em textos reais, compondo assim a gramática desses itens. Partindo-se do princípio “de que é no uso que os diferentes itens assumem significado e definem sua função” (NEVES, 2011, p. 13), o que se busca são os efeitos de sentido que a língua em funcionamento traz para o enunciado.

Como corpo dessa gramática, portanto, tem-se “a língua viva, funcionando e, assim, exibindo todas as possibilidades de composição que estão sendo aproveitadas pelos usuários para a obtenção do sentido desejado em cada instância” (NEVES, 2011, p. 13). Isso distorce o conceito de norma defendido por Bechara: não há um dizer que deva ser dito de um modo específico e não de outro, pois quando os falantes usam a língua, definem sua gramática.

O propósito não é jamais centrado na classificação, mesmo que se use a abordagem das classes de palavras tradicionais. A orientação teórica que se segue são duas: “a unidade de maior funcionamento é o texto e os itens são multifuncionais” (NEVES, 2011, p. 15). Quanto ao texto, é importante que assim seja, porque a construção do sentido vai muito além da soma de partes ou da interpretação de frases soltas/descontextualizadas: uma análise linguística não pode dispensar a unidade maior, que é o texto⁵. Sobre a multifuncionalidade, Neves (2011) considera que um estudo funcional sobre a língua deve basear-se tanto nas diferentes funções da linguagem, como em todos os níveis de análises. Acrescido a isso, estará a questão do semântico —a preocupação com o sentido que as palavras assumem no discurso —, tratando de quem fala, de onde fala, para quem fala, isto é, o contexto no qual se usou a língua.

Seguimos para as considerações de Neves sobre a classe dos adjetivos.

2.4.1 O adjetivo: o que diz Neves – a Gramática de Usos

Neves (2011, p. 173) conceitua o adjetivo como usado “para atribuir uma propriedade singular a uma categoria (que já é um conjunto de propriedades) denominada por um

⁵ Destacamos isso como peculiar de Neves, visto que os três gramáticos estudados anteriormente —Bechara, Rocha Lima e Perini — não fazem, em sua maioria, uso de exemplos autênticos do uso da língua, limitando-se a exemplificações de cunho didático e metalinguístico.

substantivo”. Essa atribuição pode funcionar de dois modos: ou qualificando, como em “*homem GRANDE, GENTIL, SORRIDENTE*”, ou subcategorizando, a exemplo de “*perícia MÉDICA e estudo PSICOLÓGICO*”⁶. Essas funções já definem duas subclasses dos adjetivos: qualificadores ou classificadores, trabalhadas, pela autora, mais adiante.

Na continuidade do estudo, Neves (2011) separa os adjetivos em duas categorias, sendo elas *adjetivos simples* e *adjetivos perifrásticos*, estes também chamados de *locuções adjetivas*.

São exemplos de simples, “*pancadinhas AMIGAS*” e “*DESAGRADÁVEL* umidade”.

Para os perifrásticos, Neves propõe uma reflexão sobre a possibilidade de uma locução adjetiva ter correspondente adjetivo de exata correspondência à locução usada. Seria o caso de “*jovem DO INTERIOR*” e “*jovem INTERIORANO*”. Essa característica, porém, não limita a classificação de uma locução como tal, visto que há casos em que a troca por um adjetivo equivalente não é possível, como é o caso de “*sistema DE TRANSPORTE*”, sendo impossíveis, para a língua portuguesa, realizações de adjetivos, como “*TRANSPORTADOR, TRANSPORTATIVO, TRANSPORTATÓRIO, ou TRANSPORTANTE*” para o substantivo “*sistema*”.

A adjetivação de substantivos é o tópico seguinte no trabalho de Neves. De acordo com a autora:

[...] um substantivo pode deixar de ser referencial e funcionar como se fosse um adjetivo. Ele pode atribuir o conjunto de propriedades que indica, como se fosse uma única propriedade, a um outro substantivo, isto é, atuar como qualificador ou como classificador. Isso ocorre principalmente em função predicativa. (NEVES, 2011, p. 175).

São exemplos: “*era MENINO; e malévolo*”, “*CHAVE* para o Brasil *é* o acordo da terceira geração”. Nesses casos, os substantivos destacados exercem função de predicativo. Também é possível que ajam como adjuntos adnominais, como em: “*Havia um jeito GAROTO* dela de dizer as coisas” e “*Chegaríamos à situação LIMITE*”.

A identificação de um substantivo como exercendo sua função primeira ou agindo como adjetivo pode ser feita a partir de questões morfológicas. A primeira delas é o caso da concordância com o núcleo do sintagma nominal.

Nos casos em que o substantivo modificador concorda com o substantivo modificado, fica evidente a adjetivação: “*povos IRMÃOS*”, “*deputados MÉDICOS*”. Quando não há

⁶ Todos os exemplos citados nessa seção do trabalho estão presentes em Neves (2011) entre as páginas 173 e 221.

concordância, o estatuto de substantivo se mantém: “34 *cartas CONSULTA*”, “suas *personagens-TÍTULO*”.

O segundo caso é a aceitabilidade de intensificação. Um substantivo, enquanto sintagma nominal, não é suscetível a intensificação. Quando passa a ser, o processo de adjetivação fica evidenciado: “Esse padre é *muito HOMEM*”, “a Amazônia é uma *região tão BRASIL* quanto São Paulo”.

Na sequência, Neves (2011) trata das funções sintáticas do adjetivo, são elas a função de adnominal, de predicativo, de argumento, apositiva e funções próprias de substantivos.

A- Função de adnominal:

Quando é periférico no sintagma nominal, acompanhando o substantivo e exercendo a tradicional função de adjunto adnominal.

São exemplos: “a aplicação *LOCAL* da morfina em análogos *SINTÉTICOS*” e “a regressão *HISTÓRICA*”.

B- Função de predicativo:

Ocorre quando o adjetivo é núcleo do sintagma verbal e, portanto, núcleo do predicado. Vem, normalmente, após um verbo de ligação e funciona, sintaticamente, como predicativo.

Exemplos: “os movimentos podem ser *HORIZONTAL, VERTICAL e COMBINADOS*” e “é *INCRÍVEL* isso”.

C- Função de argumento:

Neste caso, o adjetivo tem função na estrutura argumental do nome com o qual e liga, exprimindo um complemento do nome.

São casos: “obsessão *MATRINONIAL*” (= pelo matrimônio) e “propriedade *BOLIVIANA*” (= propriedade da Bolívia).

D- Função apositiva:

O adjetivo pode constituir uma expansão de um termo e, portanto, ser omitido sem afetar a estrutura sintática da oração.

Exemplos: “viu o cano, *RELUZENTE*, parecia de prata” e “faz esforço para lembrar algum incidente – *AGRADÁVEL* ou *DESAGRADÁVEL*, pouco importa”.

E- Funções próprias de substantivos:

O adjetivo pode, facilmente, passar a designar um conjunto de propriedades e ser usado como núcleo do sintagma nominal.

São exemplos: “ *O BRASILEIRO* quer que doa tudo, naturalmente” e “a conversa era cheia de *COLORIDOS mutáveis e doces*”.

Por fim, Neves (2011) volta ao que mencionamos no início: as subclasses dos adjetivos. Diante disso, divide-os em adjetivos qualificadores ou qualificativos e em adjetivos classificadores ou classificatórios.

Seguem as definições e seus respectivos exemplos:

Os adjetivos qualificadores

[...] indicam, para o substantivo, que acompanham, uma propriedade que não necessariamente compõe o feixe das propriedades que o definem. Diz-se que esses adjetivos qualificam o substantivo, o que pode implicar uma característica mais, ou menos, subjetiva, mas sempre revestida de certa vaguidade. Essa atribuição de uma propriedade constitui um processo de predicação, e, por isso, esses adjetivos podem ser considerados de tipo predicativo. (NEVES, 2011, p. 185).

Podemos usar como exemplo a seguinte oração: “Nossa vida *SIMPLES*, era *RICA*, *ALEGRE* e *SADIA*”.

Sintaticamente falando, “simples” é adjunto adnominal e o restante, predicativos. Apesar disso, Neves (2011) defende que todos fazem uma atribuição ao substantivo com o qual se relacionam e, portanto, o predicam. Apesar disso, ressaltamos que a função de “simples” enquanto adjunto adnominal e de “rica, alegre e sadia” enquanto predicativo não se altera: apesar de predicarem o núcleo do sintagma nominal “vida”, sua função sintática muda, pois seu lugar sintático dentro da oração não é o mesmo.

Quanto aos adjetivos classificadores, afirma-se que:

[...] colocam o substantivo que acompanham em uma subclasse, trazendo em si uma indicação objetiva sobre essa subclasse. Eles constituem, pois, uma verdadeira denominação para a classe, e, portanto, são denominativos, e não predicativos, possuindo um caráter não vago. (NEVES, 2011, p. 186).

O exemplo trazido por Neves e a explicação que o segue bem ilustram o conceito.

Exemplo: “É contraproducente pretender explicar um sistema *FILOSÓFICO* em função de suas origens mais remotas e longínquas”.

Nesse caso, sabe-se que há mais de um tipo de sistema, e que um dos campos é a da filosofia, denominado aqui como *filosófico*. Percebe-se que a presença de subjetividade é muito menor quando comparada com o caso do exemplo anterior, “vida *simples*”, no qual a opinião do locutor é mais marcante.

Feito esse estudo sobre os adjetivos em diferentes gramáticas, tradicional, normativa, descritiva e de usos, elencamos algumas considerações parciais sobre a visão delas acerca dessa classe gramatical.

2.5 Considerações sobre o estudo do adjetivo

Ao iniciarmos esse primeiro capítulo, elencamos alguns questionamentos que, de certa forma, orientaram nossa leitura das gramáticas consultadas.

A primeira delas é a questão das diferenças e semelhanças entre elas. As gramáticas de Bechara e Rocha Lima apresentam algumas preocupações similares, pois muito focam no caráter classificatório do adjetivo. Apesar disso, Bechara, separando o adjetivo explicadores, especializados e especificadores, e Rocha Lima, ao atribuir a qualidade de restrigente de um nome amplo, levam em conta o caráter semântico, junto a questões morfológicas e sintáticas, para definir a classe dos adjetivos como tal. Ainda assim, a classificação está em excelência. Diferentemente de Perini e Neves, cujas pesquisas mostram as possibilidades que a língua pode assumir, e assume, quando vistas em diferentes contextos. Neves, contudo, destaca-se pelo fato de ser a única a considerar os adjetivos em usos reais da língua. Apesar da pesquisa de Perini estar focada em descrever a língua, há falta de textos autênticos.

Nesse sentido, à segunda pergunta, Neves é a única que traz uma perspectiva explícita sobre texto e uso real da língua. Define o texto como a maior unidade de significância da língua e a necessidade de, portanto, investigá-lo. Prova disso é a amplitude de exemplos, todos apoiados em usos reais⁷. Além disso, o caráter classificatório não é marcante, pois já parte da classificação tradicional para entender, então, como a língua funciona.

Quanto à noção de língua adotada, percebemos que Bechara e Rocha Lima assumem uma posição estrutural, focados na forma e no sistema de regras, dado o caráter classificatório e a ausência de textos que levam em consideração a situação de interação. Ao contrário, Perini e Neves assumem a noção sociointerativa da língua, considerando, ambos, que existe mais de uma possibilidade, totalmente dependente do contexto no qual se coloca a língua em funcionamento.

Diante disso, abordamos, no próximo capítulo, o adjetivo em uma perspectiva enunciativa de forma aprofundada, para melhor entendermos como a classe funciona enquanto indicadora de subjetividade.

⁷ Segundo Neves (2011, p. 14) “os usos são observados em uma base de dados de 70 milhões de ocorrências que está armazenada no Centro de Estudos Lexicográficos da UNESP – Campus de Araraquara. [...]. Esse *corpus* abriga textos escritos de literaturas romanescas, técnica, oratória, jornalística e dramática”.

3 O ADJETIVO: EXPRESSÃO DE SUBJETIVIDADE

“Encontrará não a folha escrita mas um vazio que você mesmo irá preencher, com suas caligrafias”.

- Mia Couto.

Neste segundo capítulo, analisamos detalhadamente a questão da enunciação ligada aos estudos gramaticais feitos na primeira seção. Para tanto, num primeiro momento, traçamos uma breve consideração sobre a linguística da enunciação de Benveniste, assim como, em seguida, na possibilidade de estudo entre enunciação e gramática. Num segundo momento, passamos a analisar as considerações de Benveniste (2005) acerca da subjetividade da linguagem, expressa por marcas linguísticas no enunciado. Por fim, tratamos do foco de nossa pesquisa: a relação que se pode estabelecer entre a classe dos adjetivos e um estudo enunciativo sobre tal, considerando o adjetivo como uma das formas da língua que, quando em uso, expressa a subjetividade de quem a colocou em funcionamento.

3.1 A linguística da enunciação de Benveniste

Émile Benveniste, considerado o linguista da enunciação, é o principal representante da chamada teoria de enunciação. As considerações de Benveniste consistem em articular o sujeito, o *homem na língua*, à estrutura da língua. Flores e Teixeira (2013) fazem algumas considerações do porquê esse posicionamento teórico ser diferencial dado o contexto histórico no qual a teoria foi desenvolvida. Com o nascimento do estruturalismo moderno, Saussure, seu pioneiro, a partir da leitura hjelmsleviana, com sua clássica dicotomia língua/fala, delimitou o objeto da linguística. Nos estudos de Saussure e de Hjelmslev, não havia espaço para aquele que enuncia. O estruturalismo era formado pela noção de repetibilidade, em clara oposição à enunciação, que, por sua natureza, é irrepetível. Nessa visão, a enunciação estaria para além do linguístico e, portanto, inválida para um estudo estrutural da língua.

Foi nesse contexto que Benveniste inicia suas publicações e proporciona meios de, sem deixar o estruturalismo, inserir o homem nos estudos linguísticos, através de conceitos como subjetividade e de intersubjetividade. Esse pensamento diferenciado acerca da linguagem impede que Benveniste seja limitado a um continuador do pensamento saussuriano, embora tenha feito várias menções ao mestre e trazido para sua teoria alguns de

seus conceitos⁸. Nas seções seguintes, revemos alguns dos conceitos de Benveniste, assim como as possibilidades de estudo entre enunciação e gramática.

3.2 Enunciação e gramática: uma possibilidade de estudo

Levantamos alguns questionamentos sobre a possibilidade de uma gramática da enunciação⁹: é possível unir os estudos gramaticais aos estudos enunciativos? E com essa união, reduziríamos a enunciação a um conjunto de normas estritas? Acreditamos que o estudo é possível, porém, a visão do estabelecimento de normas, como é tradição gramatical, é inconcebível em uma linguística da enunciação. Apoiamos nossa ideia em Benveniste (1989) e (2005) e nas leituras de Flores (2008) e (2013) sobre o teórico.

Dizemos acima que é inconcebível, em uma linguística da enunciação, trabalhar gramática como uma obra de referência, no qual se encontrariam descrições enunciativas. A necessidade de refutar essa ideia é fundamental. De acordo com Benveniste:

[...] a diversidade das estruturas linguísticas, tanto quanto sabemos analisá-las, não se deixa reduzir a um pequeno número de modelos, que compreendem sempre e somente os elementos fundamentais. [...] Coisa bem diferente é o emprego da língua. Trata-se aqui de um mecanismo total e constante, que de uma maneira ou outra afeta a língua inteira. A dificuldade é apreender este grande fenômeno, tão banal que parece se confundir com a própria língua, tão necessário que nos passa despercebido. (BENVENISTE, 1989, p. 82).

Nesse excerto, Benveniste ressalta a dificuldade tanto de limitar o uso das formas a elementos fundamentais que serviriam de modelo, quanto a de apreender o fenômeno que é o uso da língua, ou a enunciação. Isso porque a enunciação é irrepitível, ou seja, é impossível que se repita as condições de tempo, espaço e pessoa únicas ao momento da enunciação.

Isso, contudo, não impede e nem refuta a ideia de que a enunciação tenha uma gramática, entendida como um arranjo linguístico promovido pelo sujeito. Arranjo este que diz respeito à organização do sistema da língua em algo o outro (tu) possa entender: é o apropriar-se do sistema da língua, é colocá-lo em funcionamento. De acordo com Flores (2008), partindo do conceito de enunciação, pode-se ao mesmo tempo separar o ato, que é objeto de estudo da Linguística da Enunciação, do produto, ou enunciado. Entende-se por ato o fato de o locutor se relacionar com a língua a partir do sistema linguístico, e, dessa forma,

⁸ As noções de “estrutura”, “signo” e “relação”, por exemplo, estão presentes em textos como “A natureza do signo linguístico”, de 1939, e “‘Estrutura’ em linguística”, de 1962, conforme Flores e Teixeira (2013).

⁹ O conceito de enunciação que aqui utilizamos é, conforme Benveniste (1989, p. 82), o “colocar em funcionamento a língua por um ato individual de utilização”. Ato irrepitível que coloca em pauta um *eu* e um *tu* e define um *aqui* e um *agora*.

enunciar define-se como transformar individualmente a língua em discurso, num processo chamado *semantização*, ou seja, construir sentido a partir do arranjo que se fez com a língua, com o sistema.

O ato de apropriar-se do sistema linguístico num ato individual também coloca em pauta o significado de um *sujeito da enunciação*. Flores vê tal sujeito não:

[...] como um “ser que fala”, que estaria na origem do ato de enunciação – esta instância, para nós, estaria circunscrita ao *locutor* –, mas, sim, como um sujeito que *advém* da enunciação. Isto é, o *sujeito da enunciação*, para nós, é a própria organização sintagmática, é a própria organização linguística que “denuncia” a presença do *homem na língua*, para usar a linha de expressão de Benveniste. (FLORES, 2013, p. 2, grifos do autor).

Ora, essa “denúncia” da presença do homem na língua não é mais que a subjetividade expressa pelo sujeito ao propor-se como tal. Nesse sentido, a enunciação tem uma gramática, e esta, como entendida por Flores (2013, p. 3, grifos do autor), é o “arranjo linguístico promovido pelo locutor para se propor como sujeito. Esse arranjo é o *sujeito que advém da enunciação*”, e pretende “estudar o fato de o locutor relacionar-se com a língua a partir de determinadas formas linguísticas da enunciação que marcam essa relação” (FLORES, 2013, p. 4). Justificamos disso a necessidade de se olhar para tais marcas e de ir além delas, analisando também o sentido que emana da enunciação em seu uso.

Diante disso, passamos a analisar a noção de subjetividade, como proposta por Benveniste (2005).

3.3 Subjetividade: um olhar para as marcas linguísticas

Benveniste (2005) inicia seu capítulo que trata da questão da subjetividade com uma provocação ao leitor: questiona, já que a linguagem é considerada um instrumento de comunicação, o porquê dessa consideração. Expõe em seguida dois argumentos que apoiam essa ideia: primeiro é que “os homens não encontraram um meio nem melhor nem mesmo tão eficaz para comunicar-se”; o segundo, que “a linguagem apresenta disposições tais que a tornam apta a servir de instrumento” (BENVENISTE, 2005, p. 284), pois transmite o que lhe é confiado e provoca, no interlocutor, um comportamento.

Ora, segundo o linguista, essa comparação deve ser causa de desconfiança, pois associar linguagem e instrumento é ir contra o homem e sua natureza. A reflexão feita encaminha-se para o que de fato pode ser considerado instrumento. São instrumentos objetos

materiais, como a picareta, a flecha e a roda, já que foram criados pelo homem a fim de melhorar-se a convivência. Com a linguagem, isso não ocorre: a linguagem faz parte da natureza do homem. Benveniste afirma que:

[...] não atingimos nunca o homem separado da linguagem e não o vemos nunca inventando-a. Não atingimos jamais o homem reduzido a si mesmo e procurando conceber a existência do outro. É um homem falando que encontramos no mundo, um homem falando com outro homem, e a linguagem ensina a própria definição de homem (BENVENISTE, 2005, p. 285).

Tudo, portanto, que caracteriza a linguagem como sendo linguagem de fato vai contra a ideia de instrumental: a sua natureza imaterial, o seu funcionamento simbólico, a sua organização articulada e o fato de que tem um conteúdo.

Agora, revejamos essa ideia, já apresentada na citação, de que “é um homem falando que encontramos no mundo”. Esse conceito traz a noção de *sujeito* para o homem, pois “é na linguagem e pela linguagem que o homem se constitui”¹⁰ (2005, p. 286) como tal. Essa *subjetividade* que aqui se fala é a capacidade do locutor de se propor como sujeito:

Ora, essa “subjetividade”, quer a apresentamos em fenomenologia ou em psicologia, como quisermos, não é mais que a emergência no ser de uma propriedade fundamental da linguagem. É “ego” que *diz ego*. Encontramos aí o fundamento da “subjetividade” que se determina pelo *status* linguístico de “pessoa” (BENVENISTE, 2005, p. 286, grifos do autor).

O uso da palavra “emergência”, pelo autor, argumenta contra a ideia de que a língua é instrumento, pois esse “homem falando no mundo” tem a *necessidade*, por isso a emergência, de usar a língua, o que está em sua natureza, e, por usá-la, propor-se como um sujeito, o que “assegura a permanência da consciência” (BENVENISTE, 2005, p. 286). Isso, porém, não é tudo: o conceito de subjetividade anda junto com o de intersubjetividade, porque é “um homem falando com outro homem” que se encontra no mundo: *eu*, quando enuncia *eu*, prevê a existência de uma alocação, ou seja, um *tu*. Diz Benveniste que “a consciência de si mesmo só é possível se experimentada por contraste” (BENVENISTE, 2005, p. 286). Para um estudo enunciativo, essas noções apresentadas são de grande importância, pois, de acordo com Flores (2013, p.6, grifos nossos), “só é possível estudar enunciativamente questões linguísticas colocando o locutor em um quadro intersubjetivo da linguagem, no qual ele se constitui pela

¹⁰ De acordo com Flores (et al., 2009, p. 218), esse “na e pela linguagem” é fundamental por conferir à linguagem a propriedade de ser, ao mesmo tempo, “condição de” e “meio para”. O primeiro diz respeito à condição do homem, trazendo também a ideia de intersubjetividade; o segundo diz respeito ao que “se reflete na língua”.

dialética com o outro”. Destacamos que o sentido e o valor do signo linguístico se dão pelo contraste.

O linguista apresenta o diálogo como a condição constitutiva de pessoa. Tenha-se em mente que quando *eu* enuncia, cria uma reciprocidade, visto que ele será um *tu*, quando seu alocutor propor-se como *eu*. Para o teórico, essa polaridade é fundamental para a linguagem, afirmando que a comunicação é apenas uma consequência pragmática, outra razão pela qual se deve desconfiar da ideia de instrumento.

Disso, conclui Benveniste que a linguagem é profundamente marcada pela expressão de subjetividade, até questionando chamá-la “linguagem” se fosse construída de outro modo. Por esse motivo, afirma que os termos no texto utilizados – *eu* e *tu* – não podem ser tomados como figuras, mas sim, como “formas linguísticas que indicam a ‘pessoa’” (BENVENISTE, 2005, p. 287). Prova disso é o fato, trazido pelo linguista, de que dentre os signos de uma língua – não importando tipo, época, ou região – há sempre a presença de “pronomes pessoais”. Os diversos usos possíveis desses pronomes, nas mais variadas línguas, fazem apenas ressaltar o valor dessas formas.

O teórico passa então a analisar o próprio conceito de *eu*. Afirma, de início, que não há um conceito *eu* que englobe todos os possíveis usos de *eu*. Do mesmo modo, não se refere a um indivíduo em particular, pois é incoerente que possa se referir a qualquer indivíduo e, ao mesmo tempo, identificá-lo na sua particularidade. Para Benveniste, o pronome pessoal refere-se a algo singular e, exclusivamente, linguístico:

Eu se refere ao ato de discurso individual no qual é pronunciado, e lhe designa o locutor. É um tempo que não pode ser identificado a não ser dentro do que [...] chamamos uma instância do discurso na qual *eu* designa o locutor que este se enuncia como “sujeito”. (BENVENISTE, 2005, p. 288, grifos do autor).

Assim, a linguagem está organizada de forma que *cada* locutor pode apropriar-se dela e designar-se como *eu*, justificativa do porquê “a linguagem ensina a própria definição de homem”. A subjetividade, portanto, revela-se na língua através de marcas específicas, as quais estão no campo da categoria de pessoa. Os pronomes pessoais são o primeiro flagrante para que se perceba a proposição de um locutor como sujeito. Há também outras variantes do pronome, a exemplo do demonstrativo, que também atua como indicador. Além desses, advérbios e adjetivos também são exemplos. Essas classes organizam as relações espaciais e temporais em torno do sujeito: todas “têm em comum o traço de se definirem somente com relação à instância do discurso na qual são produzidos, isto é, sob a dependência do *eu* que aí enuncia” (BENVENISTE, 2005, p. 288). Ressaltamos a questão da escolha aqui, pois nela

centra-se o fato de cada enunciação ser singular: nenhum outro falante poderia exprimir do mesmo modo, ou escolher as mesmas palavras, ou estar no mesmo momento. Cada combinação é, assim, única e irrepetível, o que caracteriza a enunciação.

O linguista passa então a dar foco a essa “instância do discurso” citada, trabalhando com a ideia da temporalidade intrinsecamente ligada à de subjetividade. Benveniste (2005) afirma que em qualquer tipo de língua há uma organização temporal, sendo que é desimportante seja qual for o recurso formal que marca o tempo, pois não passa de questão estrutural. Importa destacar que é o *presente* o foco e a referência quando o assunto é temporalidade.

Para o teórico, o presente deve sempre ser tomado como “o tempo em que se *fala*” (p. BEVENISTE, 2005, p. 289). Nesse contexto, o locutor, ao falar, situa seu discurso como *presente* pela razão que é sempre um momento novo no qual o presente é reinventado.

Conclui que “a linguagem é, pois, a possibilidade da subjetividade” (BENVENISTE, 2005, p. 289). Isso pelo fato de ela proporcionar ao locutor as formas linguísticas necessárias para sua expressão. Benveniste exemplifica essa ideia ao focar em uma língua em particular, o francês, para explicar “alguns efeitos de mudança de perspectiva” (BENVENISTE, 2005, p. 290) que a subjetividade pode ocasionar.

Um dos questionamentos levantados pelo autor é a diferença entre dizer *je sens (que le temps va changer)* e *je crois (que le temps va changer)*, respectivamente “sinto (que o tempo vai mudar)” e “creio (que o tempo vai mudar)”. A primeira diferença ressaltada é que o sentido seguramente irá mudar e que não há modo possível de afirmar que se trata da mesma proposição. De acordo com ele, ao enunciar-se *je crois* (eu creio), o locutor apenas mitiga a afirmação, convertendo-a em uma enunciação subjetiva o fato que é *le temps va changer* (que o tempo vai mudar). Outros exemplos são com os verbos *je présume* (eu presumo), *je suppose* (eu suponho) e *je conclus* (eu concludo), para exemplificar mais sobre como a escolha do sujeito marca-o no seu discurso.

Finalmente, Benveniste (2005) fecha o seu texto com a afirmação de que a língua deve ser considerada enquanto assumida pelo homem que fala, além da condição de intersubjetividade, único elemento que torna a comunicação linguística possível.

Diante disso, passamos à última seção desse capítulo, na qual olhamos para o adjetivo como uma possibilidade de estudo enunciativo.

3.4 Adjetivo e enunciação: uma relação possível

Como vimos anteriormente, a expressão da subjetividade está presente em toda linguagem, não sendo possível considerá-la como tal se assim não o fosse. Podem-se enumerar algumas marcas conhecidas por serem indicadores de subjetividade, como os pronomes — assim como suas subclasses —, os verbos, marcadores de tempo e pessoa, e os advérbios, marcadores de tempo e lugar. Isso, porém, seria reduzir a importância da subjetividade na linguagem. De acordo com Flores (2013), as marcas da enunciação não se restringem a classes enquadradas na condição de marcadores de subjetividade, elas “são, na verdade, todo o mecanismo utilizado pelo locutor para se singularizar em uma dada situação espaço-temporal”. Nesse sentido, é impossível que o locutor proponha-se como sujeito sem deixar marcas no seu dizer, pois todo ele, ou ele por si, constitui-se como um flagrante de subjetividade.

Não cabe, contudo, em uma pesquisa monográfica, analisar todas as marcas presentes num enunciado. Escolhemos, portanto, o adjetivo como objeto de estudo. Benveniste (2005) afirma que uma possibilidade de estudo enunciativo está também nos adjetivos. Segundo ele:

Os pronomes pessoais são o primeiro ponto de apoio para essa revelação da subjetividade na linguagem. [...] São indicadores da dêixis, demonstrativos, advérbios, *adjetivos*, que organizam as relações espaciais e temporais em torno do "sujeito". (BENVENISTE, 2005, p. 288, grifo nosso).

Para tanto, focamos nos adjetivos usados em anúncios publicitários, nos quais a necessidade de agradar e atingir o interlocutor são mais imperáveis. Carvalho (2009, p. 36, grifos do autor) faz um levantamento de quais são os adjetivos mais frequentes em publicidades e chega aos seguintes: “*perfeito, bom, único, leve, prático, gostoso, moderno, grande, original, natural, verdadeiro, bonito, elegante, completo, especial, sofisticado, saudável, delicado, confortável e delicioso*”. Como se observa, todos os mais usados exaltam apenas qualidades e muito revelam sobre a subjetividade de quem escreve tais anúncios, pois explicitam a ideia de que é preciso seduzir e vender. Com isso, coloca-se em pauta a relação de *eu-tu-aqui-agora*, visto que o adjetivo precisa ser cuidadosamente escolhido e nunca deixará de imprimir valores daquele que enuncia. A presença do outro está muito forte nesse ponto, também, pois não é qualquer adjetivo que será aceito, dada as situações de uso.

No próximo capítulo, apresentamos, brevemente, acerca do gênero anúncio publicitário, objeto de nossa análise, descrevendo nossa metodologia de pesquisa, e realizamos análises de três textos, à luz dos princípios teóricos de Benveniste.

4 METODOLOGIA E ANÁLISES

“O enunciador se serve da língua para influenciar de algum modo o comportamento do alocutário”.

- Émile Benveniste.

Nesse capítulo, apresentamos as análises dos anúncios publicitários, feitas a partir dos estudos gramaticais, embasados em teóricos referência para cada gramática, como Bechara, Rocha Lima, Perini e Neves, e da Teoria da Enunciação, conforme proposta por Benveniste, assim como as características do gênero anúncio publicitário. Temos, com essa escolha teórica, estabelecer quais os limites entre gramática e enunciação, mas também as relações possíveis, assim como o auxílio de um estudo gramatical para um enunciativo, e vice-versa. Para realização de tais atividades, utilizamos a seguinte metodologia: fizemos a seleção, entre os meses de agosto e novembro de 2017, dos textos que compõem nosso *corpus* de análise. Os três textos foram retirados da revista Exame, uma revista brasileira de circulação quinzenal especializada em economia e negócios. Destacamos que não há critérios outros para a escolha da revista e das publicidades senão o uso dos adjetivos nelas, os quais consideramos excepcionais para a análise, dados nossos objetivos.

Após a seleção do *corpus*, realizamos a análise da seguinte forma: 1) uma descrição detalhada do texto verbal e do não-verbal que compõem os anúncios, 2) seleção dos adjetivos usados nos textos, e 3) as análises dos adjetivos, divididas em duas partes, sendo a primeira gramatical e a segunda enunciativa.

Os textos originais podem ser lidos nos anexos (A, B, e C) ao final da pesquisa.

A metodologia de estudo enunciativo que seguimos é proposta por Flores, com base em Benveniste. Flores apresenta alguns pontos gerais, tais como:

- a) a análise empreendida por Benveniste visa à língua e à linguagem, simultaneamente. Com isso, o autor consegue dar às suas descrições o caráter de generalidade.
- b) o ponto de vista assumido é o descritivo, porque há sempre, em seus artigos, vasta exemplificação do fenômeno de estudo. É também explicativo, porque o autor busca explicitar os mecanismos que possibilitam a ocorrência do fenômeno.
- c) é uma teoria que dá visibilidade ao processo e ao ato de utilização da linguagem, não sendo, portanto, meramente classificatória. (FLORES *et al.*, 2008, p. 40).

Além disso, Flores (*et al.*, 2008) ressalta que precisamos considerar que o sujeito que enuncia nunca está ausente daquilo que diz. Ao observarmos os dados para a análise, portanto,

consideramos que “o observável é a maneira pela qual o sujeito se marca naquilo que diz” (FLORES, 2008, p. 41). Ao descrevermos o processo, trabalhamos com um “fato enunciativo”, explicitando o que foi observado a partir de um “*corpus* de fatos, entendido como uma reunião de mecanismos que coloca em revelo as maneiras de o sujeito se marcar naquilo que diz” (FLORES, 2008, p. 41), construindo a subjetividade de seu dizer na enunciação que mobiliza.

Por fim, feitas as análises, levantamos certas considerações finais acerca do estudo, baseando-nos nas hipóteses feitas no início do estudo que nos propomos a fazer.

A seguir, trabalhamos com algumas características do gênero publicidade.

4.1 O gênero anúncio publicitário

Nossa análise é feita a partir do olhar para o adjetivo, como indicador da subjetividade, em textos publicitários. Gênero este que carrega consigo forte argumentação. Koch (2010, p. 29) afirma que o uso da linguagem por si é na sua essência argumentativo: “pretendemos orientar os enunciados que produzimos no sentido de determinadas conclusões (com exclusão de outras)”. No texto publicitário, isso não poderia ser diferente.

Esse gênero tem como objetivo, para Carvalho (2009, p. 12), torna-lo um produto familiar e banal, no passo em que se ressaltar sua indispensabilidade. Com uma organização singular, a publicidade força, explicitamente ou não, valores e ideologias, utilizando-se de recursos que abrangem o semiótico e o semântico, conceitos que juntos engendram-se e semantizam o dito.

Carvalho (2009, p. 17), a partir das considerações de Lagneau (1974, p. 21), explicita as três vias por meio das quais a publicidade consegue atingir o acima citado, são elas a psicológica, a antropológica e a sociológica.

A primeira, com o reconhecimento de Freud, revela que a publicidade afeta o psicológico do receptor do anúncio, tornando aquilo que se lê ou vê erótico e sensual, no sentido analítico do termo. A via antropológica parte da irracionalidade do receptor, de tal modo que o uso de um verbo no imperativo, por exemplo, induz o receptor à compra. A última via parte da ideia de que o anúncio não tem um receptor definido, mas proporciona àquele que o lê a ilusão de individualidade, de que o produto foi feito para ele.

A seguir, são feitas as análises de nosso estudo.

4.2 Análises

Nesta seção, analisamos as três publicidades, cujos originais podem ser encontrados nos anexos (A, B e C). A análise que ora apresentamos está organizada de forma a respeitar as seguintes etapas: a) descrição do texto publicitário em questão na análise; b) seleção dos adjetivos a serem analisados; c) análise gramatical e d) análise enunciativa. Após as análises, faremos uma discussão dessas análises, a fim de observar o sentido possível de ser construído nos textos analisados no intuito de mostrar a importância de uma análise gramatical-enunciativa dos adjetivos em uso.

4.2.1 Análise 1

4.2.1.1 Descrição

A primeira publicidade (ver Anexo A) que analisamos ocupa uma página a direita, foi veiculada na revista Exame, edição 1145, v. 51, no dia 13 de setembro de 2017, página 91.

A imagem ocupa a maior parte do texto. São dois aviões, o que está voando mais alto, de cor preta, possui uma composição militar, enquanto o abaixo, de coloração branca, define-se melhor como um avião particular. Estão, ambos, sobrevoando o mar, calmo, e podemos ver a luz do sol brilhando ao fundo. Como já dissemos, ocupa a maior parte do texto ficando acima do verbal, apenas com uma oração escrita dentro da imagem, na qual se diz o seguinte: “Fazer negócios é estar em uma batalha. Esteja preparado”. Toda escrita com letras em caixa alta.

Abaixo, em um retângulo de fundo cinza, está o restante do texto:

Na natureza, o falcão é um combatente feroz. Nos negócios, o Falcon 8X é igualmente poderoso e ágil. Cada centímetro reflete seu DNA militar, com aerodinâmica simples e eficiente e avançados controles digitais de voo para leva-lo a lugares que outros não são capazes de chegar. Nada voa como um Falcon, porque nenhum outro jato é construído como um. **Feroz. Veloz. Ágil. Falcon 8X.**

Em seguida, aparece novamente o nome “Falcon 8X”, em letras maiores. Logo abaixo, algumas informações da empresa: “www. Dassaultfalcon.com”, “Rodrigo Pesoa: +55 11 3521”, “rogridopesoa@falconjet.com” e “Dassault. Falcon. Engineered with passion”. Todas essas informações escritas em caixa alta.

Feita tal descrição, passamos aos adjetivos¹¹ presentes no texto.

¹¹ Ressaltamos que iremos considerar como adjetivo também as partes da oração que tiverem função de predicativo, complemento nominal, adjunto adnominal e orações subordinadas adjetivas, pois todas, de certa

4.2.1.2 Adjetivos presentes no texto

- a. *Estar em uma batalha* em “fazer negócios é estar em uma batalha”.
- b. *Preparado* em “esteja preparado”.
- c. *Um combatente feroz* em “o falcão é um combatente feroz”.
- d. *Poderoso e ágil* em “o Falcon 8X é igualmente poderoso e ágil”.
- e. *Militar* em “seu DNA militar”.
- f. *Simples e eficiente* em “com aerodinâmica simples e eficiente”.
- g. *Avançados* em “avançados controles”.
- h. *Digitais* em “controles digitais”.
- i. *De voo* em “controles digitais de voo”.
- j. *Que outros não são capazes de chegar* em “lugares que outros não são capazes de chegar”.
- k. *Construído como um* em “nenhum outro jato é construído como um”.
- l. *Feroz. Veloz. Ágil. Falcon 8X*.¹²

4.2.1.3 Análise gramatical

O primeiro adjetivo que encontramos realiza a função de predicativo, o qual é comparado o ato de negociar com uma batalha. Tem estreita ligação com o predicativo que segue, “preparado”, que pode se referir tanto ao fazer negócios, quanto à lutar uma batalha. Ambos os predicativos fazem referência explícita à imagem: há, como descrevemos, dois jatos, sendo um de negócios e o outro de guerra. O uso dos adjetivos aqui passa uma mensagem única: se estiver voando de Falcon 8X, não importa se a situação for de negociação ou de batalha, estará preparado. O uso do verbo “estar” no imperativo também contribui para essa interpretação.

Percebemos que esse jogo de comparações é muito presente no texto, marcado pelo uso de adjetivos. Os adjetivos são usados, por exemplo, para comparar o Falcon, nos negócios, com um falcão, na natureza. Agora, as qualidades apenas aumentam, não só é preparado para batalhas, como também para a natureza, *feroz* como é. Os adjetivos evocados

forma, preenchem os requisitos de um adjetivo conforme apresentados por Bechara (2009), Perini (2003) e Neves (2011).

¹² Esse caso será melhor explorado na análise gramatical que segue.

ajudam na construção do ambiente selvagem e das habilidades necessárias para sobreviver. O adjetivo “militar” vem como forte referência ao primeiro predicativo. Destacamos também a oração subordinada adjetiva explicativa “que outros não são capazes de chegar”, referindo-se a lugares. Essa oração causa um duplo sentido interessante, pois tanto pode se referir a de fato um lugar físico, alcançável apenas por um Falcon, como uma posição de alto escalão em uma situação de negócios.

Ressaltamos, por fim, a última construção destacada: “Feroz. Veloz. Ágil. Falcon 8X”. Essa construção pode ser considerada uma das mais interessantes do anúncio. “Falcon” havia sido usado, até então, apenas como substantivo, mas, ao ser colocado ao lado de três palavras comumente consideradas adjetivos, sua função pode mudar. Vejamos algumas possibilidades:

- (1) Falcon 8X é feroz.
- (2) Falcon 8X é veloz.
- (3) Falcon 8X é ágil.
- (4) Falcon 8X é Falcon 8X.

Essas adjetivação de um substantivo é possível na medida em que a qualidade de Falcon, conforme exaltada na publicidade, é tanta que a única comparação a um seria ele mesmo. O texto permite essa interpretação ao afirmar que “nada voa como um Falcon”, e reafirma pelo uso do predicativo em “nenhum outro jato é *construído como um*”. Pelos conceitos de Perini (2003), o qual diz que um adjetivo se constitui na possibilidade do termo ser complemento do predicado, modificador e predicativo, Falcon 8X pode, facilmente, adjetivar-se.

Diante dessas considerações sobre a organização gramatical, passamos para a análise enunciativa.

4.2.1.4 Análise enunciativa

O primeiro flagrante para iniciarmos nossa análise enunciativa reside no verbo “esteja”, utilizado em “esteja preparado”. Ao se apropriar da língua por meio de uma ordem, um verbo no imperativo¹³, o *eu* publicitário se instaura no discurso, constituindo um centro de referência, que só pode ser definido na situação de discurso. Inerente ao dizer *eu*, está o dizer *tu*: “imediatamente, desde que ele se declara locutor e assume a língua, ele implanta o *outro*

¹³ De acordo com Bechara (2009), por modo imperativo entende-se uma “relação a um ato que se exige do agente”.

diante de si, qualquer que seja o grau de presença que ele atribui a este outro” (BENVENISTE, 1989, p. 84). O apelo ao *tu*, desse modo, se define no momento em que o locutor usa do imperativo: a ordem é necessária na medida em que, ao escolher os predicativos “estar em uma batalha” e “preparado”, o sentido de “negócios” é, neste *aqui*, construído como algo selvagem e militar; quanto ao *agora*, percebemos que a temporalidade, construída no e pelo uso de verbos no presente, revela a necessidade constante de se estar preparado, pois, como uma batalha, o mundo dos negócios é imprevisível.

É importante o fato de, nesta intersubjetividade, o *tu* ser uma provável pessoa de negócios, visto que a revista Exame tem um público específico, que precisa estar preparada. Essa *intimação*, conforme conceitua Benveniste (1989), revela muito da subjetividade de *eu*, pois está ciente de quem é seu *tu* alvo e a escolha, dos adjetivos principalmente, demonstra isso. Um homem ou uma mulher de negócios precisa ser — portanto a intimação “esteja” — *feroz, ágil, poderoso e militar*, pois, nesse *aqui*, negociar é batalhar. Poderoso, ágil e feroz como um falcão, *Falcon 8X* garante essas qualidades àquele que as necessita, de forma *simples e eficiente*. A ideia de *Falcon 8X* que se está anunciando, aqui, é única na medida em que não se está vendendo apenas um jato particular para pessoas de negócios, mas sim um companheiro imprescindível para que se chegue aonde *outros não são capazes de chegar*. Essa construção de *eu* é engenhosa, pois mostra que conhece, ou está ciente, da competitividade no mundo dos negócios. Também serve para dar exclusividade ao *tu*, pois é ele quem tem acesso a essa publicidade e, portanto, ao *Falcon*, que o levará a ganhar benefícios que todos os não-*tu*, os *outros*, não têm possibilidade de alcançar.

Defendemos, na seção da análise gramatical, a ideia de que *Falcon 8X* poderia, também, ser considerado um adjetivo, pois tão singular são suas características que apenas são comparáveis com ele próprio. A escolha de *eu* pela frase “DNA militar” ajuda nessa construção. A característica de um DNA é ser único, exclusivo para cada pessoa. Nesse sentido, *Falcon 8X* adquire essa singularidade, também, por ser portador de um DNA, que o torna único. Afinal, *nada voa como um Falcon*, pois *nenhum outro é construído como um*. O fato de *Falcon* ter um DNA explica o porquê de nenhum ser construído como tal. O adjetivo “militar” colabora ao construir a referência ao fato de que negociar é uma batalha, ou seja, realça a necessidade de ser *feroz, veloz e ágil*, ou, simplesmente, ser um *Falcon 8X*. Isso mostra que o sentido se constrói no discurso, pois está no emprego da língua, não no emprego das formas. No momento em que o locutor se apropria do sistema da língua toda, ele emprega suas formas, sintagmatiza-as e semantiza seu arranjo linguístico, tornando-se sujeito de sua enunciação.

4.2.2 Análise 2

4.2.2.1 Descrição

Nosso segundo texto de análise (Ver Anexo B), veiculado na revista Exame, edição 1144, v. 51, no dia 30 de agosto de 2017, página 73, possui, ao topo, quatro imagens, sendo que a primeira ocupa o maior espaço, e as seguintes alocadas lado a lado e em menor tamanho. A primeira mostra uma piscina de um cruzeiro, com duas pessoas nadando nela. A água cristalina faz contraste com o mar ao fundo, também ajuda na construção da beleza imagética os raios de sol iluminando tanto o mar quanto a piscina. As de baixo, da esquerda para a direita, mostram, respectivamente, quatro pessoas em um jantar, o navio visto de cima, navegando pelo mar, e uma ilha costeira com um farol construído.

Logo abaixo das imagens, aparece o seguinte texto: “Essa não é qualquer viagem nos mais modernos navios da América do Sul com lazer completo, gastronomia e conforto para você ter as férias dos seus sonhos”, toda escrita em caixa alta. Em seguida, mais centralizado, está escrito “Porque esse não é qualquer cruzeiro”, também em caixa alta.

Fazemos, a seguir, a seleção dos adjetivos¹⁴.

4.2.2.2 Adjetivos presentes no texto

- a. *Modernos* em “modernos navios”.
- b. *Da América do Sul* em “navios da América do Sul.
- c. *Completo* em “lazer completo”.
- d. *Dos seus sonhos* em “férias dos seus sonhos”.
- e. *Qualquer*¹⁵ em “qualquer cruzeiro.

A análise gramatical de tais adjetivos é feita a seguir.

4.2.2.3 Análise gramatical

¹⁴ O texto continua com informações gerais do cruzeiro que, em sua maioria, não afetam nossa análise nem gramatical, nem enunciativa. Por isso, não descrevemos o que se segue. O texto pode ser lido na íntegra em Anexo B.

¹⁵ Caso específico, melhor abordado na seção seguinte.

Os adjetivos de *a* à *d* citados na seção acima classificam-se como adjetivos e locuções adjetivas, primeiramente, por estarem ligados a um substantivo e, desse forma, delimitarem o sentido deste. Conforme Bechara (2009), são adjetivos delimitadores especificadores, pois tecem características que não são inerentes aos substantivos com os quais se ligam.

Mas, para nós, este não é o foco dos adjetivos da publicidade. Os dois usos de “qualquer” permitem interpretações interessantes, dado o modo como estão colocados, as palavras com as quais se ligam e o sentido que criam no discurso.

O primeiro uso está em: “essa não é qualquer viagem”. Não selecionamos este uso como adjetivo, pois, de fato, mantém a característica de um pronome indefinido. Eis o conceito trazido por Neves:

A classe dos tradicionais **pronomes indefinidos** é composta por elemento de natureza homogênea. Uns são indefinidos quanto à referência, enquanto outros são indefinidos quanto à quantidade. Há, entretanto, um traço comum que os une: a indefinição semântica. (NEVES, 2011, p. 533-534, grifos da autora).

Nesse caso, há uma indefinição quanto à referência, visto que não se sabe de qual viagem se está tratando. Algumas possibilidades de troca por alguns dos principais pronomes indefinidos reforçam essa ideia:

- (1) Essa não é uma viagem.
- (2) Essa não é alguma viagem.

Nesses dois exemplos, a tanto indefinição referencial se mantém, como a semântica. Sobre esse aspecto, relembramos o fato de classificarmos, de acordo com Bechara (2009), o adjetivo como um lexema (c.f. p. 16), ou seja, dotado de significado lexical. Pronomes, por sua vez, são classificados como palavras categoremáticas, “porque não possuem significado lexical, ou, se o apresentam, têm um significado muito genérico, dado pela situação ou por outras palavras do contexto” (BECHARA, 2009, p. 112). Dessa forma, entendemos que, por si, um pronome indefinido possui significado lexical ou inexistente, ou vago, compactuando com a ideia de Neves sobre a indefinição semântica.

Diferente caso, contudo, é o uso seguinte feito pelo locutor: “esse não é qualquer cruzeiro”. Ora, embora a forma seja a mesma, acreditamos que a indefinição semântica não se aplica nesse caso, impossibilitando sua classificação como substantivo. Um primeiro ponto seria usarmos o mesmo recurso de substituição.

- (3) Esse não é um cruzeiro.
- (4) Esse não é algum cruzeiro.

Embora sintaticamente possível, o sentido construído — e tem de se construir um para não ser classificado como pronome indefinido — por “qualquer”, nesse uso, é perdido. Mais frutíferas seriam construções como as que seguem:

- (5) Esse não é um reles cruzeiro.
- (6) Esse não é um cruzeiro ordinário.
- (7) Esse não é um cruzeiro comum.

Percebemos, quando comparando, que não há uma indefinição semântica no segundo uso: está claro que “qualquer” indica algo “sem qualidades”. Além disso, atende as características de um adjetivo delimitador: primeiro, está ligado a um substantivo sob o qual age orientando o sentido; segundo, pode ser considerado como um delimitador especificador, assim como os restantes adjetivos utilizados, por fazer referência a um aspecto do denotado.

4.2.2.4 Análise enunciativa

Nosso primeiro ponto de análise está na referenciação que se faz à situação do discurso: o pronome demonstrativo “essa”. Neves (2011), do ponto de vista gramatical, faz algumas considerações dos usos desse pronome que podem servir para nossa análise enunciativa. Diz ela que o “essa” refere-se mais diretamente ao ouvinte, de modo a indicar uma proximidade espacial ou proximidade temporal¹⁶. À enunciação, de acordo com Benveniste (1989, p. 85):

[...] as formas denominadas tradicionalmente “pronomes [...] demonstrativos” aparecem agora como uma classe de “indivíduos linguísticos” de formas que enviam sempre e somente a “indivíduos”, quer se trate de pessoas, de momentos, de lugares [...]. O estatuto destes ‘indivíduos linguísticos’ se deve ao fato de que eles nascem de uma enunciação.

Isso posto, o fato de haver quatro fotografias da viagem ajuda na construção da proximidade espacial, pois o *tu* já tem uma prévia de qual experiência pode ter; do mesmo modo que causa proximidade temporal, já que se pode adquirir um pacote agora, eis que o tempo da enunciação é o tempo presente. Para Benveniste (1989, p. 85), “o homem não dispõe de nenhum outro meio de viver o ‘agora’ e de torná-lo atual senão realizando-o pela inserção do discurso no mundo”. Diante disso, no momento em que *eu* fala “essa viagem”, define o *ele*, o *aqui* e o *agora* dessa enunciação: se está falando dessa viagem, da qual o *tu*, de

¹⁶ A autora cita outras funções que não são de interesse dessa pesquisa, dados nossos objetivos. Essas informações podem ser lidas em Neves (2011, p. 500-501).

certa forma, já é parte, pois está envolvido nessa enunciação. Desse modo, “essa” deixa de ser apenas uma forma metalinguística, semantizando-se nesse *aqui*, que é a piscina, o jantar, o navio, e nesse *agora*, que é a experimentação de todo esse lazer *completo*.

Na continuidade, partimos da seguinte sentença: “[essa] não é qualquer viagem”. O ponto de análise é o porquê da necessidade do *eu* de afirmar que a viagem do MSC Cruzeiros não é como todas as outras, mas com um início depreciativo para sua própria empresa. Cria-se a ideia de que uma viagem em um cruzeiro, todas, provavelmente, da concorrência, prometem navios *modernos*, com lazer *completo* e com gastronomia *dos sonhos*. Justifica-se essa generalização pelo uso do pronome indefinido *qualquer*: não se sabe de qual viagem se está falando e, portanto, é plausível se entender que podem ser todas. Há, com isso, uma quebra de expectativa: *eu*, logo de início, afirma que a viagem anunciada não é qualquer que, *como todas as outras*, providencia os melhores serviços, logo, não oferta o melhor.

A oração seguinte é crucial para que tal ideia não se perpetue: *porque esse não é qualquer cruzeiro*. Ciente de que toda uma concorrência anunciaria luxo semelhante, o *eu* marca sua subjetividade ao atualizar o uso de “qualquer” e instaurar o *tu* diante de si. A leitura, então, muda de sentido: os outros cruzeiros, que são quaisquer, não podem proporcionar a *você* — marca de apelo ao *tu* — a viagem dos *seus* sonhos. Apenas o MSC Cruzeiros, que *não é qualquer*, pode. A locução adjetiva “dos seus sonhos”, ocorrida em “as férias dos seus sonhos”, revela, fortemente, esse apelo ao *tu*. Há um jogo, aqui, entre a subjetividade de *eu* e as possibilidades da intersubjetividade. Ora, *eu* faz menções à modernidade do navio, à completude do lazer, à gastronomia (bem referenciada pela foto do jantar) e ao conforto; enfim, todos revelam a posição do *eu* diante das qualidades que o navio possui, o que pode não abarcar a amplitude dos sonhos, nem contemplá-los, do leitor do anúncio. Marcante é, contudo, a asserção feita, visto que há, por parte do locutor, a busca de comunicar a certeza de que, não importe que tipo de férias se sonhe, por não ser qualquer cruzeiro, a realização é possível.

Essa interpretação só é possível se considerarmos o enunciado como um todo, levando em conta a referência interna entre ambos os usos de “qualquer”, na qual se passa de uma generalização, para uma qualificação. Isso porque eles “são engendrados de novo cada vez que uma enunciação é proferida, e cada vez eles designam algo novo” (BENVENISTE, 1989, p. 52). Isso justifica a premissa de que a enunciação é única e irrepetível. Singular os sentidos construídos num *aqui* e *agora*.

4.2.3 Análise 3

4.2.3.1 Descrição

Nosso último texto de análise (Anexo C), veiculado na revista Exame, de 11 de outubro de 2017, v.51. n. 1147, ocupa três páginas (17-19) e anuncia a Escola Concept.

A primeira página apresenta o seguinte texto, todo escrito em caixa alta, em dois parágrafos:

O ensino não pode
ficar restrito à sala
de aula num mundo que
pensa fora da caixa.

Chega a São Paulo o
mais avançado sistema
de ensino que esta
cidade já viu.

O primeiro parágrafo apresenta coloração cinza, até apagada, se comparado com o segundo, que possui um tom ciano. Logo abaixo, há o logo da Escola Concept, um grande C ornamentado, numa coloração azul-marinha média.

Na página seguinte, há, no topo, a foto de uma menina prestes a descer um escorregador, que inicia com um azul claro e vai escurecendo até o final da imagem. O texto, descrito a seguir, encontra-se em cima da imagem de tal escorregador. Diz-se o seguinte:

Nós preparamos nossos alunos para um mundo volátil, incerto, complexo e ambíguo.
Mas também para um mundo surpreendente, emocionante, humano e divertido.

A última página é a que contém mais texto. Nela, está escrito:

Antever o invisível. Reconhecer o inexistente. Essas serão algumas das habilidades cada vez mais exigidas no mundo, desde já. Um mundo que inventa e desinventa profissões, troca humanos por máquinas e confia operações delicadas à inteligência artificial. Baseado nessa realidade, que nos maravilha e ameaça, o Grupo SEB criou a Escola Concept. Única no Brasil, inspirada nas escolas mais avançadas da Europa, Ásia e Estados Unidos. Arquitetada para buscar, hoje, respostas às questões que o mundo proporá ao seu filho amanhã. Uma metodologia que coloca o aluno em contato direto com o conhecimento a cada instante, em qualquer ambiente da escola ou fora dela, conduzindo ele mesmo seus estudos, conectando naturalmente o aprendizado ao significado de aprender. De um modo divertido, surpreendente, emocionante, humano, sabendo que sua consciência ajudará a construir também a consciência desse novo mundo.

Em seguida, há cinco imagens, três delas envolvendo crianças em diferentes situações de aprendizado; as outras duas trazem uma sala interativa e um projeto desenvolvido por alunos Concept.

Após as imagens, há o logo e o nome da escola, seguido por seu *slogan* “aprendendo o sentido de aprender”. Ao final da página, estão algumas informações pontuais de contato e endereço.

A seguir, fazemos seleção dos adjetivos que farão parte de nossa análise.

4.2.3.2 Adjetivos presentes no texto

- a. *Restrito*, em “o ensino não pode ficar restrito”.
- b. *Que pensa fora da caixa*, em “mundo que pensa fora da caixa”.
- c. *Avançado*, em “mais avançado sistema”.
- d. *Que esta cidade já viu*, em “mais avançado sistema de ensino que esta cidade já viu”.
- e. *Volátil*, em “mundo volátil”.
- f. *Incerto*, em “[mundo] incerto”.
- g. *Complexo*, em “[mundo] complexo”.
- h. *Ambíguo*, em “[mundo] ambíguo”.
- i. *Surpreendente*, em “mundo surpreendente”.
- j. *Emocionante*, em “[mundo] emocionante”.
- k. *Humano*, em “[mundo] humano”.
- l. *Divertido*, em “[mundo] divertido”.
- m. *Cada vez mais exigidas*, em “habilidades cada vez mais exigidas”.
- n. *Que inventa e desinventa profissões*, em “mundo que inventa e desinventa profissões”.
- o. *Troca humanos por máquinas*, em “[mundo que] troca humanos por máquinas”.
- p. *Confia operações delicadas à inteligência artificial*, em “[mundo que] confia operações delicadas à inteligência artificial”.
- q. *Delicadas*, em “operações delicadas”.
- r. *Artificial*, em “inteligência artificial”;
- s. *Que nos maravilha e ameaça*, em “nessa realidade, que nos maravilha e ameaça”.
- t. *Única; inspirada nas mais avançadas escolas; arquitetada para buscar respostas*, todos referindo-se à Escola Concept.

- u. *Que o mundo proporá a seu filho*, em “questões que o mundo proporá a seu filho”.
- v. *Que coloca o aluno em contato direto com o conhecimento*, em “metodologia que coloca o aluno em contato direto com o conhecimento”.
- w. *Novo*, em “mundo novo”.

4.2.3.3 Análise gramatical

Essa publicidade contém, sem dúvida, um grande número, 25 no total, de adjetivos ou orações adjetivas. Percebemos, contudo, uma unicidade nas escolhas: todos que elencamos definem-se como adjetivos qualificadores, de acordo com o conceito de Neves (2011), ou delimitadores especificadores, seguindo a nomenclatura de Bechara (2009).

Ambas classificações trazem preceitos semelhantes: os especificadores ajuntam notas que não inerentes ao significado do substantivo (BECHARA, 2009), assim como os qualificadores indicam uma propriedade que não necessariamente faz parte do feixe de propriedades que definem o substantivo que acompanham (NEVES, 2011). Isso é bem demonstrado pelo número de adjetivos que acompanham um único substantivo, por exemplo:

- (1) Mundo *que pensa fora da caixa*.
- (2) Mundo *incerto*.
- (3) Mundo *humano*.
- (4) Mundo *que inventa e desinventa profissões*.

Diferente seria, por exemplo, especializar a noção de “Mundo”, como em:

- (5) Mundo *da leitura*.
- (6) Mundo *científico*.
- (7) Mundo *do tráfico*.

Nesses casos, (4) a (6), há um recorte dentro das possibilidades que o substantivo “mundo” abrange. Nos exemplos (1) a (3), presentes no texto publicitário, há maior indicação da subjetividade e de certa vaguidade, conforme os conceitos de Neves (2011).

A escolha dos adjetivos, além disso, revela um caráter de oposição comum às publicidades: escolhem-se palavras com carga negativa apenas para que o contraste, quanto se trazer a positividade, seja maior (CARVALHO, 2009). Já no primeiro parágrafo da publicidade em questão podemos observar tal recurso pelo contraste entre “restrito” e “que pensa fora da caixa”. Sobre “restrito”, o significado do dicionário Michaelis *online* diz o seguinte:

- 1 De quantidade limitada. 2 Cujas amplitudes são reduzidas. 3 Limitado na sua extensão.
 4 Que obriga a rigorosidade no comportamento de uma lei, de uma regra etc.
 5 Acessível apenas a algumas pessoas. 6 Que se mostra recolhido, concentrado.

Vemos que a escolha nunca é despreocupada: constrói-se a ideia que um ensino tradicional de sala de aula é redutivo em um mundo *que pensa sem limites*, que não se prende a uma *caixa*. Na continuidade, o uso dos adjetivos revela, em conjunto com o parágrafo anterior, um implícito forte, pois “chega a São Paulo o *mais avançado sistema de ensino que esta cidade já viu*”. Há, neste todo, recursos que permitem uma interpretação gradativa: o ensino em São Paulo está restrito, e não pode continuar, à sala de aula nesse mundo moderno, por isso a Escola Concept traz o *mais avançado sistema de ensino*, também por isso a cidade *nunca viu sistema de tamanha qualidade*. Enfim, sua chegada à cidade é necessária para que o ensino nela evolua.

Uma última consideração sobre a organização gramatical do texto publicitário é sobre a construção “de um modo divertido, surpreendente, emocionante, humano”, presente na última parte da publicidade. Optamos por não considerar “divertido, surpreendente, emocionante, humano” como adjetivos, porque, embora liguem-se ao substantivo “modo”, a ideia construída é de advérbio, pois referem-se ao modo como a Escola Concept ensina seus alunos.

Diante dessas considerações gramaticais acerca dos adjetivos presentes no texto, passamos à análise enunciativa.

4.2.3.4 Análise enunciativa

Benveniste (2005) afirma que o locutor não pode deixar de falar de si quando enuncia *eu*, portanto, a análise partiria da proposição de *eu* e a indicação da subjetividade. Em nosso terceiro texto, contudo, a proposição vem pluralizada: “*nós* preparamos *nossos* alunos”. Da mesma forma que no singular, nossa preocupação volta-se para a primeira pessoa, mas levando em conta que a

[...] unicidade e a subjetividade inerentes a “eu” contradizem a possibilidade de uma pluralização. Se não pode haver vários ‘eu’ concebido pelo próprio “eu” que fala, é porque “nós” não é uma multiplicação de objetos idênticos mas uma *junção* entre o “eu” e o “não-eu”, seja qual for o conteúdo desse “não-eu”. (BENVENISTE, 2005, p. 256, grifo do autor).

Diante disso, Benveniste (2005) apresenta duas possibilidades: *nós* = eu + vós ou *nós* = eu + eles, como formas, respectivamente, inclusivas e exclusivas. Nesse caso da publicidade, *nós* preparamos *nossos* alunos, acreditamos que se trate da forma inclusiva, eu + vós, numa comunicação entre *eu* + *não-eu* que se dirigem ao *tu*, leitor do anúncio. De acordo com Benveniste:

[...] de um lado, o “eu” se amplifica por meio de “nós” numa pessoa mais maciça, mais solene, menos definida; é o “nós” de majestade. De outro lado, o emprego de “nós” atenua a afirmação muito marcada de “eu” numa expressão mais ampla e difusa: é o “nós” de autor ou de orador. (BENVENISTE, 2005, p. 258).

Num contexto de escola, *eu* pode ser considerado como um representante dessa instituição, a exemplo de um diretor, e os *não-eu* todos aqueles que influenciariam na educação dos alunos, como os professores dessa escola. Nesse sentido, ao dizer *nós*, amplifica-se todos que, numa instituição de ensino, *propor-se-ão* como sujeitos. Por isso é necessário que os *não-eu* sejam considerados como um *vós*, pois, certamente, participam da formação dos alunos: não seria possível considerarmos a terceira pessoa, eu + eles, pois ela só ocorre fora da relação *eu (+nãoeu)-tu*. Representa-se, desse modo, a ideia de que uma escola não poderia funcionar sozinha.

Feitas essas considerações, cabe pontuar quais os *aqui* e *agora* dessa enunciação. Dois flagrantes do texto permitem definir um *aqui*. Primeiro o fato de usar um advérbio de lugar, “São Paulo”, que permite ao leitor organizar o espaço do qual o *eu* fala; em segundo está a questão de se tratar de um *eu* que representa uma escola, desse modo, o *aqui* pode definir-se como o próprio ambiente escolar. Sobre o *agora*, embora os verbos como “[não] pode ficar”, “pensa”, “chega”, marcam a temporalidade no presente e atualizem essa enunciação para o tempo que lhe é inerente, o foco dessa temporalidade está na palavra “mundo” e nas inúmeras delimitações que se fazem a ela no decorrer de todo o texto.

O primeiro caso está em “mundo que pensa fora da caixa”, no qual *eu* justifica a necessidade da Escola Concept. Antes de nossa análise dessa parte, porém, cabe uma pausa para as palavras de Benveniste:

O presente formal não se faz senão explicitar o presente inerente à enunciação, que se renova a cada produção de discurso, e a partir deste presente contínuo, coextensivo à nossa própria presença, imprime na consciência o sentimento de uma continuidade que denominamos “tempo”; continuidade e temporalidade que engendram no presente incessante da enunciação, que é o presente do próprio ser e que se delimita, por referência interna, entre *o que vai se tornar presente* e *o que já não o é mais*. (BENVENISTE, 2005, p. 85-86, grifos nossos).

Definimos, primeiro, que, nessa publicidade, o que já não é mais presente é um ensino *restrito*, ou seja, já não cabe mais nesse mundo que pensa fora da caixa, nesse *agora*. Se levarmos em conta que se trata de uma instituição de ensino, e que de uma escola formam-se alunos para o futuro, podemos ter uma noção do porquê a temporalidade dessa publicidade centra-se no substantivo “mundo” e em seus adjetivos. Ora, o ensino da Concept prepara para o mundo que, *no presente*, pensa fora da caixa, como para o mundo que, *nos presentes que virão*, certamente, continuará a pensar, num sentido de que inovação é a chave do hoje e do amanhã quando o assunto é ensinar.

Na segunda página, o uso dos adjetivos, além de manterem essa relação de temporalidade, criam significados únicos para esse ato de enunciar. Para o substantivo “mundo”, apresentam-se, primeiramente, adjetivos de conotação negativa que são revistos, em um segundo momento, numa questão de ponto de vista: é um mundo *volátil, incerto, complexo, ambíguo*; [mas também] é um mundo *surpreendente, emocionante, humano, divertido*.

Consideremos as primeiras quatro afirmações sobre o substantivo “mundo”:

Volátil: Pouco firme; inconstante, mudável, volúvel.

Incerto: 1 Que suscita dúvida; duvidoso. 2 Que é inconstante; instável. 3 Que ainda não foi determinado; indeterminado, impreciso. 4 Que revela falta de firmeza ou de segurança; hesitante, trêmulo. 5 Que é confuso ou difícil de entender por admitir várias interpretações; ambíguo, obscuro. 6 Que oferece risco ou perigo; arriscado, perigoso. 7 Que é incapaz de tomar uma decisão; indeciso.

Complexo: 1 Que encerra muitos elementos, ou partes, de difícil compreensão. 2 Que pode ser considerado sob vários pontos de vista. 3 Que envolve relações de coerência duvidosa. 4 Que não tem clareza.

Ambíguo: 1 Que tem sentido duvidoso ou incerto; dúbio. 2 Que é vago, impreciso ou indefinido. 3 Que é hesitante ou inseguro.

Acreditamos que, embora não haja possibilidade de uma sinonímia que seja verdadeira, a troca desses adjetivos por *surpreendente, emocionante, humano e divertido* tem função de aliviar a carga negativa construída quando colocados em oposição, colocando em oposição conotações negativas e positivas. Ora, algo inconstante ou volátil pode, sim, ser surpreendente, assim como uma ambiguidade pode ser, por exemplo, a única causa do riso em uma piada, ou seja, divertida. O uso da conjunção “mas também” é de forte auxílio para esse entendimento. Desse modo, a conjunção adversativa “mas” (NEVES, 2011) não elimina o elemento anterior (nesse caso, a visão considerada negativa do mundo), e sim o admite explicitamente, mas a ele se contrapõe ao propor uma visão positiva; entra, então, o uso do advérbio de inclusão “também”, ou seja, há um choque de sentidos, mas a possibilidade de

junção desses dois pontos de vista existe. Por esses usos, a subjetividade de *eu* está presente no modo como o sujeito utiliza-se da língua para argumentar a favor dessa caracterização de “mundo”. Diante disso, marca-se o *agora* e a necessidade de dessa preparação, que só a Escola Concept é capaz de fazer por conseguir unir diferentes pontos de vista.

Na última página, novamente são tecidos novas características para “mundo”. Dessa vez, contudo, usam-se orações subordinada adjetivas. Aliás, é escolha comum nessa página, visto que a maioria, seis casos no total, das caracterizações é feita a partir de orações. Essa complexidade sintática ajuda a construir a ideia de um mundo “complexo” e “humano”, apresentada anteriormente. As orações adjetivas que delimitam “mundo” apresentam, nesse caso, uma sequência: é um mundo que *inventa e desinventa profissões*. Ao inventar, oferece “empregos” à máquinas; ao desinventar, tira empregos de humanos, por isso é um mundo que *troca humanos por máquinas*. Essa troca mostra o porquê de ser um mundo que *confia operações delicadas à inteligência artificial*. Novamente, há marcação da temporalidade. Os verbos “inventa”, “desinventa”, “troca” e “confia”, todos no presente, permitem entender que isso está acontecendo agora, mas também o cenário de substituição de humanos por máquinas leva a um futuro predestinado.

Uma marca de subjetividade explícita está na escolha dos adjetivos “delicadas” e “artificial”, que são colocados em oposição na oração “confia operações delicadas à inteligência artificial”. Aqui, constrói-se o sentido de que apenas humanos são capazes de operar com cautela, com prudência, com o implícito de que a Escola Concept é essencial para tal. Por isso ser uma realidade que *maravilha* e *ameaça*, pois há tanto o medo da maquinização do ser humano, quanto a esperança e a perspectiva de mundo único.

Esse jogo de oposições é comum nessa publicidade. Desse modo, para compreender o sentido desses adjetivos, é necessário ver as relações deles com o todo. Na enunciação, nesse aqui-agora, os adjetivos não são mais palavras que se relacionam com o substantivo. Entendê-los significa enxergar toda referência interna criada pelo *eu* ao enunciar-se, pois as escolhas sempre irão marcá-lo no enunciado e nunca serão por acaso. Todo o sentido é construído pelo contraste, seja entre um modo de ensino tradicional e um inovador, seja entre um mundo de constantes mudanças e de difíceis exigências, mas também um mundo que nunca deixa de maravilhar. Se considerarmos as imagens, há também um choque entre gerações: os alunos que vemos são, todos, crianças.

Isso nos leva ao único apelo ao *tu*, feito ao final do texto: “*sua* consciência ajudará a construir também a consciência desse *novo* mundo”. *Eu* coloca o *tu* diante de si para firmar a relação entre ele e o mundo do qual se tratou durante todo o texto, pois a formação de um

implica na formação de outro. Eis a necessidade da Escola Concept, que nunca deixa de se marcar naquilo que diz, formadora dessa nova geração e, portanto, de um *novo* mundo.

4.3 Discussão das análises

Com essas três análises, pudemos perceber a dificuldade de se olhar apenas para o adjetivo, e, pensando gramaticalmente, para os substantivos com os quais se relacionam, pois entendemos que, na enunciação, o sentido se constrói nas relações estabelecidas entre as formas linguísticas que organizam os enunciados. É o emprego da língua toda que está em jogo (enunciativo) aqui. Por exemplo, o “qualquer” da segunda análise só pode ser entendido pela relação que estabelecia com a repetição da forma, sentido que se construiu apenas naquela enunciação. Além disso, vários dos adjetivos analisados definiram-se como tal apenas nesses usos, como “Falcon 8X” e “qualquer”, o que mostra a singularidade da enunciação e revela uma posição quanto à noção de língua, que não pode ser considerada estagnada e pronta.

Da mesma forma, pudemos ver a impossibilidade de analisar o adjetivo como única marca de subjetividade: tudo que estava escrito marcava o sujeito no enunciado. Quando o publicitário se apropria do sistema da língua para se enunciar, ele escolhe formas para criar sentido, por meio da sintagmatização dessas formas num enunciado, ele semantiza aquilo que diz. Desse modo, marca sua subjetividade no texto que produz. Contudo, mesmo tentando focar no adjetivo, precisamos, constantemente, olhar para o todo. É este colocar o sistema linguístico em funcionamento, por meio do emprego de formas, que produz sentido únicos e irrepetíveis em enunciações também únicas. Com isso, o *eu* se constitui como sujeito da enunciação, pois apropria-se da língua para dizer algo, a alguém, sobre determinado assunto, em um tempo e um lugar. A língua, pudemos compreender, é a possibilidade de subjetividade: todo uso que *eu* faz dela é, portanto, subjetivo.

Como a teoria da enunciação não prevê um modelo de análise de texto, tentamos mostrar como um determinado texto funciona, a partir do emprego dos adjetivos, sabendo que cada um é único e funciona da sua maneira, ou seja, não existe um padrão de funcionamento do texto. Queremos mostrar que os recursos linguísticos e seu uso num texto são significativamente contemplados quando vistos em relação ao *eu-tu-aqui-agora* da enunciação. Portanto, acreditamos ser necessário proporcionar estudos e construir propostas metodológicas para análise de textos usados nas atividades realizadas nas escolas da educação básica. As pessoas usam a língua para falar o mundo em textos. Assim, pode-se pensar que

nem a língua em si mesma nem a palavra isolada nos dão sua dimensão semântica. Isso só é possível no texto. Nesse particular, a construção do sentido das palavras dá-se a partir da organização sintático-textual das unidades linguísticas – disponíveis na língua – colocadas em relação e em funcionamento no texto, ou seja, é o próprio sistema de regras (sintaxe) da língua posto em funcionamento (texto) por um locutor que é sujeito de sua enunciação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nessa pesquisa, trabalhamos com diferentes gramáticas e com a enunciação para que pudéssemos entender o funcionamento da classe dos adjetivos enquanto forma linguística e marca de subjetividade, em textos publicitários.

O estudo das gramáticas tradicional, normativa, descritiva e de usos permitiu que entendêssemos o adjetivo de diferentes pontos de vista: como ele deve ser, como ele é e como ele funciona. Isso ajudou, certamente, na identificação dos adjetivos presentes no texto e para uma análise de seu funcionamento. As quatro gramáticas estudadas, contudo, não dão espaço para um estudo semântico do adjetivo: as preocupações voltam-se para a identificação, com fins classificatórios. Mesmo Neves (2011), que trabalhou com textos autênticos, ou seja, com a língua em uso, e Perini (2003), que se compromete a descrever a língua como ela é, não apresentam descrições sobre os sentidos que essa classe de palavras adquirem no uso. O foco de todos os quatro está em trazer classificações e nomenclaturas. Estas, vale ressaltar, muitas vezes apelam para o sentido — como é o caso dos adjetivos delimitadores explicadores, especializadores, especificadores de Bechara (2009) ou das inúmeras diferentes nomenclaturas trazidas por Neves (2011) —, pois a divisão feita revela uma preocupação semântica, mas há, como mencionamos, falta de uma explicação por parte dos autores.

Essa pode ser a causa da enorme dificuldade encontrada no ensino de língua portuguesa, muitas vezes focado em reduzir a língua a critérios classificatórios em frases descontextualizadas. Nossa preocupação em estudar o adjetivo, uma classe gramatical, denuncia, também, uma preocupação didática: se nas gramáticas encontramos uma metalinguagem com o entendimento de que a língua pode ser estudada e entendida por palavras isoladas, vemos necessidade de unir os estudos enunciativos não só ao estudo gramatical, mas ao próprio ensino de língua. Entendemos, em nossa pesquisa, que uma classe de palavras nunca está definida até que seja posta em uso, nem que o sentido é construído fora do aqui e do agora estabelecido, ou seja, da situação discursiva. Encontramos um ensino preocupado com a forma, com o código, como se não fosse o homem na língua que encontramos no mundo, como se a língua fosse exterior ao falante, autônoma dele. Portanto, não há como basear-se apenas em gramáticas cujo conteúdo mostra frases não isoladas, mas ideais, sem qualquer análise sobre o funcionamento da língua.

Acreditamos que, em nossas análises, conseguimos conciliar esse estudo gramatical com o estudo enunciativo. Não só o olhar para a organização morfosintática das orações esteve presente, mas o que isso revela daquele que usou a língua e como isso pode ser compreendido no aqui-agora de cada enunciação. Seguindo nossa visão de língua, cremos que esse seja um trabalho produtivo para, algum dia, entrar em sala de aula. Obviamente sem a mesma técnica utilizada, mas com as lições que aprendemos: o questionar a estabilidade das classes gramaticais, vendo os limites entre uma e outra; o explorar os diferentes sentidos que se constroem quando vemos a língua funcionando como um todo, em uma situação real, com indivíduos que fazem uso da língua pensando no outro, colocando o outro diante de si. Poder-se-ia argumentar que *sempre* colocamos um *tu* quando falamos, mas isso também nos leva à realidade escolar, pois, em caso de escrita de redação, percebemos que nossos alunos desconsideram o fato de que estão escrevendo para alguém, de que têm, ou deveriam ter, intenções para aquele com o qual interagem, há uma falha na relação intersubjetiva entre eu e tu, pois este, na maioria dos casos, sequer é o professor. A própria noção de que escrever tem uma fórmula fere a singularidade da enunciação e coloca em questionamento se nossos alunos são, de fato, *sujeitos* escreventes.

Explorar esses questionamentos é, sem dúvida, uma possibilidade de estudo que visem preocupações gramaticais e enunciativas, assim como o nosso. Ressaltamos também a falta do olhar aprofundado para as imagens presentes nos anúncios publicitários, pois nos falta teoria e pesquisa que estão além dos objetivos dessa pesquisa, mas constituem um possível rumo para os estudos em *presentes* que ainda estão por vir.

REFERÊNCIAS

- AMBÍGUO. In: DICIONÁRIO MICHAELIS. Editora Melhoramentos. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/ambiguo/>>. Acesso em: 20 nov. 2017.
- BECHARA, E. *Moderna gramática portuguesa*. 37.ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- BENVENISTE, E. Estruturas das relações de pessoa no verbo. In: _____. *Problemas de linguística geral I*. 5. ed. Campinas: Pontes Editores, 2005.
- _____. Da subjetividade da linguagem. In: _____. *Problemas de linguística geral I*. 5. ed. Campinas: Pontes Editores, 2005.
- _____. O aparelho formal da enunciação. In: _____. *Problemas de linguística geral II*. 5. ed. São Paulo: Pontes, 1989.
- CARVALHO, N. *Publicidade: a linguagem da sedução*. 3 ed. São Paulo: Ática, 2009.
- COMPLEXO. In: DICIONÁRIO MICHAELIS. Editora Melhoramentos. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/complexo/>>. Acesso em: 20 nov. 2017.
- EXAME. São Paulo: Abril, edição 1144, ano 51, p. 73, 30 de agosto de 2017.
- _____. São Paulo: Abril, edição 1145, ano 51, p. 91, 13 de setembro de 2017.
- _____. São Paulo: Abril, edição 1147, ano 51, p. 17-19, 11 de outubro de 2017.
- FLORES, V.N.; TEIXEIRA, M. *Introdução à linguística da enunciação*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.
- FLORES, V.N. O que seria uma gramática da enunciação? A proposta de uma análise transversal. *Letras e letras*, v. 29, n. 1, 2013.
- FLORES, V. N. et. al. Subjetividade. In: _____. *Dicionário da linguística da enunciação*. São Paulo: Contexto, 2009, p. 219-220.
- FLORES, V. N. et al. *Enunciação e gramática*. São Paulo: Contexto, 2008.
- INCERTO. In: DICIONÁRIO MICHAELIS. Editora Melhoramentos. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/incerto/>>. Acesso em: 20 nov. 2017.
- KOCH, I. G. V. *A inter-ação pela linguagem*. 11. ed. São Paulo: Contexto, 2010.
- LIMA, C. H. R. *Gramática normativa da língua portuguesa*. 43.ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2003.

NEVES, M. H. M. *Gramática de usos de português*. 2. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

_____. *A vertente grega da gramática tradicional: uma visão do pensamento grego sobre a linguagem*. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Editora Unesp, 2005.

PERINI, Mário A. *Gramática descritiva do português*. 4. ed. São Paulo: Ática, 2009.

_____. *Princípios de linguística descritiva: introdução ao pensamento gramatical*. São Paulo: Parábola Editorial, 2006.

RESTRITO. In: DICIONÁRIO MICHAELIS. Editora Melhoramentos. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/restrito/>>. Acesso em: 20 nov. 2017.

SILVIA, R. V. M. *Tradição gramatical e gramática tradicional*. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2016.

VOLÁTIL. In: DICIONÁRIO MICHAELIS. Editora Melhoramentos. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/volatil/>>. Acesso em: 20 nov. 2017.

ANEXO A



**FAZER NEGÓCIOS É
ESTAR EM UMA BATALHA.
ESTEJA PREPARADO.**

Na natureza, o falcão é um combatente feroz. Nos negócios, o Falcon 8X é igualmente poderoso e ágil. Cada centímetro reflete o seu DNA militar, com aerodinâmica simples e eficiente e avançados controles digitais de voo para levá-lo a lugares que outros não são capazes de chegar. Nada voa como um Falcon, porque nenhum outro jato é construído como um. **Feroz. Veloz. Ágil. Falcon 8X.**

Falcon 8X

WWW.DASSAULTFALCON.COM | [RODRIGO PESOA](mailto:RODRIGO.PESOA@FALCONJET.COM): +55 11 3521 7201 | RODRIGO.PESOA@FALCONJET.COM

**DASSAULT
FALCON**

ENGINEERED WITH PASSION

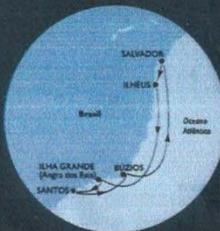
ANEXO B



ESSA NÃO É QUALQUER VIAGEM NOS MAIS MODERNOS NAVIOS DA AMÉRICA DO SUL COM LAZER COMPLETO, GASTRONOMIA E CONFORTO PARA VOCÊ TER AS FÉRIAS DOS SEUS SONHOS.

PORQUE ESSE NÃO É QUALQUER CRUZEIRO.

Reserve com antecedência e aproveite a promoção Tarifa Super Bingo.

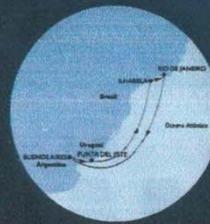


MSC PREZIOSA | 7 NOITES
BRASIL - NORDESTE
Embarque em SANTOS

A PARTIR DE
10% de entrada: R\$ 179⁹⁰

+10x
R\$ 161,91⁽¹⁾

Total de R\$ 1.799⁰⁰ por pessoa
SAÍDAS DE DEZEMBRO/17 A MARÇO/18



MSC MUSICA | 8 NOITES
ARGENTINA E URUGUAI
Pernoite em Buenos Aires
Embarque no RIO DE JANEIRO

A PARTIR DE
10% de entrada: R\$ 182⁹⁰

+10x
R\$ 164,61⁽²⁾

Total de R\$ 1.829⁰⁰ por pessoa
SAÍDAS DE DEZEMBRO/17 A MARÇO/18



MSC
CRUZEIROS
NÃO É QUALQUER CRUZEIRO

► TARIFA SUPER BINGO

4003-1058

WWW.MSCCRUZEIROS.COM.BR

CVC
(11) 2146-7011

AGAXTUR
(11) 3067-0900

MARITIMOS
0800-881-5555

CENTRAL MARÍTIMA
0800-941-6100

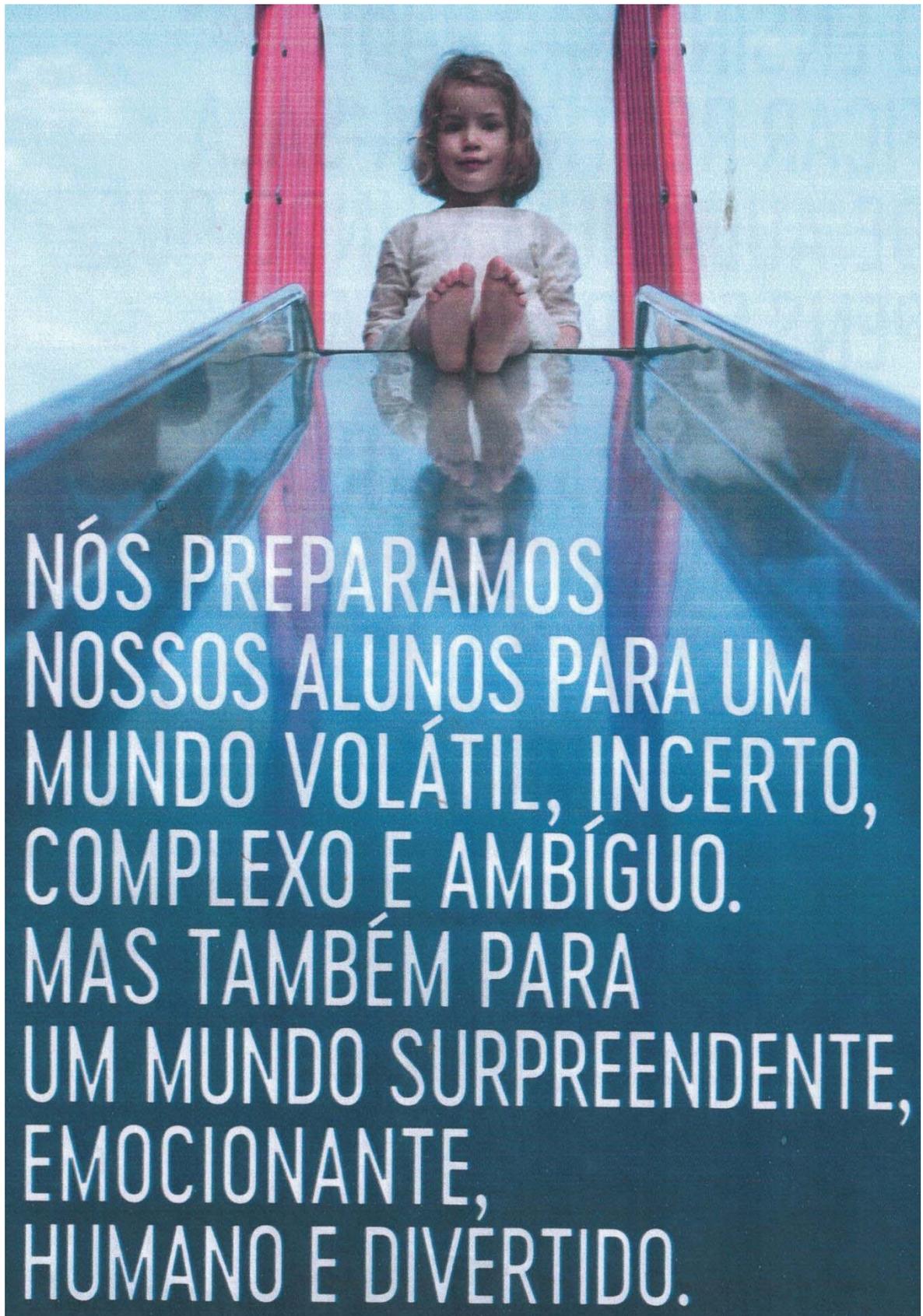
1) Promoção Tarifa Super Bingo, referente à saída de 27/01/2018, no navio MSC Preziosa, a partir de R\$ 1.799,00 por pessoa, acomodação em cabine interna dupla, na experiência Bella. (2) Tarifa Super Bingo, referente à saída de 03/02/2018, no navio MSC Musica, a partir de R\$ 1.829,00 por pessoa, acomodação em cabine interna dupla, na experiência Bella. Promoção válida por tempo indeterminado ou até o limite de 5 (cinco) cabines, em saídas predeterminadas, sujeita a disponibilidade e alteração sem prévio aviso. Valores anunciados somente na parte marítima. Formas de pagamento: cheque ou cartão de crédito, sujeitas à aprovação de crédito. Taxas de serviço, aéreas, operacionais, portuárias e Imposto de Renda (IRRF) sobre remessas internacionais não estão incluídos. CONSULTE REGRAS E RESTRIÇÕES DA TARIFA SUPER BINGO em nosso site: www.msccruzeiros.com.br

ANEXO C

O ENSINO NÃO PODE
FICAR RESTRITO À SALA
DE AULA NUM MUNDO QUE
PENSA FORA DA CAIXA.

CHEGA A SÃO PAULO O
MAIS AVANÇADO SISTEMA
DE ENSINO QUE ESTA
CIDADE JÁ VIU.





NÓS PREPARAMOS
NOSSOS ALUNOS PARA UM
MUNDO VOLÁTIL, INCERTO,
COMPLEXO E AMBÍGUO.
MAS TAMBÉM PARA
UM MUNDO SURPREENDENTE,
EMOCIONANTE,
HUMANO E DIVERTIDO.

Antever o invisível. Reconhecer o inexistente. Essas serão algumas das habilidades cada vez mais exigidas no mundo, desde já. Um mundo que inventa e desinventa profissões, troca humanos por máquinas e confia operações delicadas à inteligência artificial. Baseado nessa realidade, que nos maravilha e ameaça, o Grupo SEB criou a Escola Concept. Única no Brasil, inspirada nas escolas mais avançadas da Europa, Ásia e Estados Unidos. Arquitetada para buscar, hoje, respostas às questões que o mundo proporá ao seu filho amanhã. Uma metodologia que coloca o aluno em contato direto com o conhecimento a cada instante, em qualquer ambiente da escola ou fora dela, conduzindo ele mesmo seus estudos, conectando naturalmente o aprendizado ao significado de aprender. De um modo divertido, surpreendente, emocionante, humano, sabendo que sua consciência ajudará a construir também a consciência desse novo mundo.



tudo



escola
CONCEPT

APRENDENDO O SENTIDO DE APRENDER.