

A PRODUÇÃO DE SENTIDOS NO ANÚNCIO DA PROPAGANDA: RELAÇÃO DE ALTERIDADE ENTRE AS PALAVRAS NO DISCURSO

Kelli da Rosa Ribeiro¹

RESUMO: Este trabalho pretende discutir a respeito da relação de alteridade entre as palavras mobilizadas em uma propaganda contra o fumo em locais fechados. Para analisar o enunciado da propaganda utilizaremos conceitos da Teoria da Argumentação na Língua desenvolvida por Carel e Ducrot, atentando, sobretudo, para o conceito de argumentação interna desenvolvido na Teoria dos Blocos Semânticos. O anúncio que divulga uma campanha contra o fumo em locais fechados, foi retirado dos murais da Faculdade de Letras da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) no ano de 2011. Por meio da reflexão teórica pautada na Semântica Argumentativa, observaremos o funcionamento da língua no discurso da propaganda, analisando como as palavras mobilizadas nesse discurso produzem sentido ao alocutário. Assim, discutiremos sobre a relação de alteridade em dois níveis: o primeiro nível é a relação eu – tu, ou seja, uma relação entre locutor (produtor de enunciados) e alocutário (a quem se dirigem os enunciados); o segundo nível é a relação de alteridade entre as palavras que combinadas umas às outras mantêm entre si uma relação de interdependência de sentido.

PALAVRAS-CHAVE: Alteridade; Discurso; Argumentação; Propaganda.

ABSTRACT: This paper discusses the relationship of alterity between words mobilized in an advertisement against smoking indoors. To examine the enunciation of the advertisement will use concepts of the Theory of Argumentation in Language developed by Carel and Ducrot, paying attention especially to the concepts developed by the Semantic Theory of Blocks. The ad announces a campaign against smoking in

¹ Doutoranda em Letras na área de concentração em Linguística pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS - CNPq). Endereço eletrônico: ribeirokelli@yahoo.com.br

enclosed places, was pulled from the wall of the College Letters at the Catholic University of Rio Grande do Sul (PUCRS) in 2011. Through theoretical reflection based on Argumentative Semantics, observe the functioning of language in the discourse of advertising, analyzing how the words mobilized in order to produce discourse *alocutário*. So, we'll discuss the relation of alterity in two levels: first level is the I - you, that is, a relationship between the speaker (producer statements) and *alocutário* (to whom they speak the statements), the second level is the relationship of alterity between words that matched each other maintain among themselves a relationship of interdependence of meanings.

Keywords: Alterity, Discourse, Argumentation; Advertisement.

Introdução

A linguagem humana, fenômeno complexo em todos seus aspectos, pode ser considerada um fato sócio-cultural, utilizada por indivíduos historicamente situados num tempo e num determinado espaço. Isso implica dizer que as palavras mobilizadas no discurso mostram a relação constitutiva de alteridade entre um "eu" que utiliza a língua, a fim de solicitar do "tu" uma resposta. "Eu" e "Tu", como bem explica Benveniste, são signos que fazem parte do aparelho formal da enunciação e que se tornam plenos cada vez que o locutor os utiliza num determinado discurso.

Nesse sentido, podemos afirmar que "eu" e "tu" podem ser preenchidos tanto por um locutor num diálogo face – a – face com o tu, seu *alocutário* definido, quanto pode ser o "eu" um locutor numa propaganda, por exemplo, em que seu *alocutário* é virtual e idealizado por ele no discurso. Desse modo, está instaurada na língua uma relação constitutiva de alteridade, visto que a língua, segundo Ducrot (2009 apud VOGT, p. 11)² é o "lugar da intersubjetividade, o lugar onde os indivíduos se confrontam". A língua nesse sentido é o lugar onde se encontram o eu e o tu que só tomam existência nessa relação.

Tendo em vista tais considerações, este artigo pretende analisar como se produz o sentido dos enunciados de uma

² Este trecho foi escrito por Ducrot em prefácio do livro *O Intervalo Semântico* (contribuição para Teoria Semântica Argumentativa).

propaganda sobre a lei que proíbe fumar em locais fechados, em cartaz nos murais da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), observando a relação de alteridade entre as palavras que compõem o primeiro enunciado que orientam para uma conclusão no segundo enunciado e, que assim, por meio de uma relação de interdependência semântica, podemos entender o todo de sentido que produz. O discurso analisado diz: *“Não fumar em locais fechados não é gentileza. É lei”*.

A fim de entendermos o funcionamento das palavras mobilizadas nesse discurso da propaganda, utilizaremos para analisá-lo conceitos da Teoria da Argumentação na Língua desenvolvida por Carel e Ducrot. Pautaremos nossas análises, sobretudo, na teoria dos Blocos Semânticos. Assim, com base nos fundamentos da Teoria da Argumentação na Língua, o enunciado orienta o seu leitor, o alocutário, para sentidos possíveis, excluindo, automaticamente, outros tantos. Dessa forma, um anúncio de propaganda, como é caso do nosso objeto de análise, quer causar determinado efeito de sentido no público-leitor, quer levá-lo a aderir a uma ideia, por isso faz certas escolhas lexicais que instruem o alocutário a interpretar determinados sentidos e não outros.

Visando concretizar tais reflexões, este artigo, então, se divide em três seções seguidas das considerações finais. A primeira seção apresentará os principais conceitos da Teoria da Argumentação na Língua, destacando principalmente o conceito de argumentação interna, o qual faz parte das concepções que envolvem a Teoria dos Blocos Semânticos (1995). A segunda seção mostrará os procedimentos metodológicos de análise e fará também algumas reflexões sobre o gênero propaganda, no qual se enquadra o anúncio analisado. Na terceira seção realizaremos a análise do anúncio, observando a aplicação teórica dos conceitos da ANL. Em seguida, nas considerações finais, elaboraremos reflexões a respeito do funcionamento da língua no anúncio e como as palavras mobilizadas no discurso produzem sentido ao alocutário.

A teoria da argumentação na língua (ANL): abordagem de principais conceitos

A Teoria da Argumentação na Língua, doravante TAL, tem

trazido inúmeras contribuições, atualmente, para o estudo de semântica linguística no Brasil. Fundamentada na noção saussuriana de valor linguístico, em que um signo só tem valor na relação com os outros signos do sistema, a teoria desenvolvida por Oswald Ducrot, Jean-Claude Anscombre e Marion Carel mostra que não se estuda o sentido de um texto através de cada palavra isolada que o compõe.

Assim, as relações sintagmáticas e paradigmáticas postuladas por Saussure são de fundamental importância para as bases dessa teoria. Segundo Saussure (1969, p. 142) de um lado, “no discurso, os termos estabelecem entre si, em virtude de seu encadeamento, relações baseadas no caráter linear da língua, que exclui a possibilidade de pronunciar dois elementos ao mesmo tempo”.

Por outro lado, ainda continua o autor, fora do encadeamento do discurso, temos palavras que oferecem algo em comum e se “associam na memória” e assim se forma o eixo da seleção (relações paradigmáticas), ou seja, uma série de elementos linguísticos é suscetível de figurar no mesmo ponto do enunciado, fazendo um novo sentido (SAUSSURE, 1969, p. 143).

Além de fundamentar sua teoria nas ideias estruturalistas de Saussure, Ducrot busca em Émile Benveniste a noção de enunciação que é o colocar em funcionamento a língua por um ato individual de utilização. Esse uso da língua envolve um sujeito “eu” que toma a palavra (usa o aparelho formal da enunciação) num tempo e num espaço para se dirigir a um “tu” também situado espacial e temporalmente. Por isso, Benveniste (2006, p. 83) salienta que “antes da enunciação, a língua não é senão possibilidade da língua”.

É importante notar que “Eu” e “tu” não possuem em si mesmos a essência de ser “eu” ou de ser “tu”. Ducrot, no prefácio do livro *O Intervalo Semântico* de Carlos Vogt, retoma a reflexão sobre alteridade desenvolvida por Platão em *O Sofista*. Platão enumera cinco categorias fundamentais da realidade: o Movimento, o Repouso, o Mesmo, o Ser e o Outro. O último elemento foi eleito pelo filósofo grego, o elemento fundamental para os outros quatro elementos. Ou seja, é a natureza de ser Outro que perpassa a noção das outras categorias. Ducrot, nesse sentido conclui que

A PRODUÇÃO DE SENTIDOS NO ANÚNCIO DA PROPAGANDA: RELAÇÃO DE ALTERIDADE ENTRE AS PALAVRAS NO DISCURSO

se o Movimento é diferente do Repouso, não é porque o Movimento possui em si mesmo tal ou qual característica positiva que podemos perceber quando o consideramos isoladamente (...) a diferença entre Movimento e Repouso é constitutiva das mesmas noções. O Movimento é aquilo que ele é, pelo fato de que ele é outro, diferente do Repouso, do Mesmo, etc. (DUCROT, 2009 apud VOGT, 2009 p. 10)

Tais reflexões filosóficas sobre a relação de alteridade (*eu - outro*) foram estendidas à língua por Saussure no *Curso de Linguística Geral*. A noção de valor desenvolvida pelo linguista mostra que a constituição do signo linguístico se dá basicamente na relação de oposição: um signo é o que o outro *não*³ é. Os elementos linguísticos se definem somente em relação com os outros nas relações paradigmáticas e sintagmáticas. Isto significa dizer que uma palavra tem certas propriedades que a distinguem de outras palavras do léxico. Essas outras palavras possuem igualmente outras propriedades distintivas. É somente nessa distinção que pode ser observado um signo.

Baseada, então, em tais ideias, cabe destacar que, para a Teoria da Argumentação na Língua, a argumentação não é confundida com argumentação entendida tradicionalmente pela retórica em que um orador tem o objetivo de persuadir um ouvinte. Trata-se de dizer, segundo Ducrot (2009, p. 22), que “num encadeamento argumentativo (*A donc (portanto) C*), o sentido do argumento A contém em si mesmo a indicação de que ele deve ser completado pela conclusão”. É importante ressaltar que A e C são segmentos de um mesmo encadeamento de discurso e mantêm entre si uma relação de interdependência de sentidos na qual um segmento (A) representa o argumento que direciona para certas conclusões (C), excluindo determinadas outras conclusões.

Isto significa que não há uma passagem direta de *A donc C* através do raciocínio e inferências. Argumentar é se subjetivar e assumir um ponto de vista frente à realidade. Assim, toda vez que se usa a língua se constrói essa realidade através da linguagem. Na verdade a linguagem faz a mediação entre o homem e o mundo e, sobretudo a linguagem faz a mediação na relação do homem com seu outro e com a linguagem do outro.

³ Grifo meu.

Nesse sentido, então, Ducrot (1987, p. 63) propõe a descrição semântica da língua, considerada um conjunto de frases que não pode ser empreendida se não se levar em consideração o uso dessa língua. Assim, o autor mostra que cada ato de enunciação constitui um acontecimento único de utilização da língua por um locutor situado historicamente.

Convém salientar ainda as diferenças entre frase e enunciado, significação e sentido, texto e discurso na TAL. Conforme Ducrot (1984, p. 370), a frase é o construto teórico, a entidade abstrata que fornece instruções “que permitem descobrir numa situação de enunciação particular, aquilo a que se referem seus enunciados”. Já o enunciado é o uso do material linguístico, sendo a entidade concreta de realização da língua, isto é, o enunciado é a materialidade do próprio processo de enunciação.

A mesma distinção, Ducrot (1984, p. 369) faz em relação a texto e discurso, dizendo que texto é uma sequência de frases e o discurso é uma sequência de enunciados ligados entre si. A frase e o texto têm significação e o enunciado e o discurso têm sentido. Por isso, podemos afirmar que um discurso é a realização de um texto. Assim, Ducrot (1981) salienta que

a utilização de um enunciado tem um objetivo ao menos tão essencial quanto o de informar a respeito da realização de suas condições de verdade; esse objetivo é o de orientar o destinatário para certas conclusões, desviando-o de outras. (DUCROT, 1981 pg. 261)

E é neste aspecto que a ANL se afasta totalmente da lógica. Sob o ponto de vista assumido pelo autor, a “verdade” tal como a lógica a concebe, não existe, pois o sentido das palavras não pode preexistir o uso da língua. Também podemos entender, partindo da afirmação do autor, que as palavras não possuem um sentido literal, um sentido primeiro que permanecerá em todos os seus usos, mas é no momento em que o locutor toma a palavra e a relaciona com outras em seu discurso, orientando seu alocutário para determinados sentidos e excluindo, automaticamente, outros.

Nesse contexto, a versão mais atual da ANL, desenvolvida por Ducrot e Carel (1992), a Teoria dos Blocos Semânticos (TBS), propõe que o sentido de uma entidade linguística seja visto como um conjunto de relações entre essa entidade e as outras entidades da língua. Assim, um bloco semântico é uma unidade de sentido subjacente a encadeamentos argumentativos. Cabe

A PRODUÇÃO DE SENTIDOS NO ANÚNCIO DA PROPAGANDA: RELAÇÃO DE ALTERIDADE ENTRE AS PALAVRAS NO DISCURSO

destacar que Ducrot (2005, p. 29), explicando as bases da TBS afirma que seus estudos têm o objetivo de radicalizar a noção de relação proposta por Saussure. Ducrot mostra que o sentido de uma entidade linguística se estabelece somente na relação com as outras entidades da mesma língua. (DUCROT, 2005, p. 29)

Assim, a argumentação é entendida como um encadeamento argumentativo, em que dois segmentos de discurso estão unidos por um conectivo que pode ser normativo (*portanto* - DC) ou transgressivo (*no entanto* - PT). Esse encadeamento argumentativo é apresentado como uma estrutura do tipo X CON Y, formada pela conexão entre dois segmentos que pode ser de apenas dois tipos, normativo ou transgressivo, dependendo do conectivo que ocupe o lugar de CON nessa estrutura.

Um encadeamento então, A DC B forma um bloco de sentido, ou seja, um bloco semântico, em que há uma interdependência semântica entre dois segmentos A e B. A partir de A e de B podem-se construir oito conjuntos de encadeamentos que são chamados de aspectos argumentativos. Tais encadeamentos podem se agrupar em dois blocos de quatro aspectos cada um.

Assim, de um encadeamento A DC B é possível construir oito aspectos em dois diferentes blocos: num primeiro bloco teríamos A DC B, A PT neg-B, neg-A PT B e neg-A DC neg-B; num segundo bloco teríamos outros quatro aspectos, A DC neg-B, A PT B, neg-A DC B e neg-A PT neg-B (DUCROT, 2005:39). É importante destacar que essas formalizações apresentam a própria estrutura argumentativa dos enunciados e por isso são ferramentas de análise do sentido para o pesquisador.

Além disso, a TBS distingue Argumentação Interna (AI) e Argumentação Externa (AE), noção de grande pertinência neste trabalho. A argumentação externa ocorre quando a própria palavra faz parte de um dos encadeamentos que compõem seu aspecto argumentativo. A argumentação interna é constituída pelos encadeamentos que parafraseiam a palavra, ou seja, há uma reformulação do aspecto da palavra, em que ela mesma não é um segmento do encadeamento. Argumentação Externa e Argumentação Interna podem ser estruturais e contextuais.

Ducrot (2005, p. 62) faz ainda distinção entre palavras plenas e palavras ferramentas (gramaticais). Estas são uma

representação teórica e não possuem AE e AI. Aquelas, ao contrário, possuem um sentido pleno e apresentam, dessa forma, AE e AI. Um exemplo pode ser analisado: a argumentação da palavra *prudente*:

AE estrutural (*prudente*): *prudente* DC merece confiança

AE contextual (*prudente*): *prudente* DC neg-confiança (deve-se explicar o contexto discursivo desse encadeamento)

AI estrutural (*prudente*): perigo DC precaução

Diante das questões teóricas que apresentamos, na próxima seção deste artigo, elaboramos procedimentos metodológicos de análise que envolvem conceitos da TBS. Também na próxima seção fazemos algumas reflexões sobre contexto concreto no qual se produz e circula o anúncio da propaganda, o qual será o enunciado analisado neste artigo.

O contexto da propaganda e os procedimentos metodológicos de análise do enunciado

É interessante observarmos que o enunciado analisado neste artigo está materializado no gênero discursivo propaganda que tem o objetivo de comunicar e difundir ideias, valores, opiniões, buscando atingir um número expressivo de público. Dessa forma, as palavras mobilizadas no discurso da propaganda, assim como em outros gêneros discursivos, devem estar articuladas e combinadas, a fim de formarem um todo de sentido e, assim, atingir o alocutário com a ideia que se quer propagar.

O enunciado ***Não fumar em locais fechados não é gentileza. É lei*** está inserido num anúncio de propaganda contra o fumo em locais fechados e está fixado em cartaz nos prédios da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). O anúncio tenta conscientizar a população de que fumar em locais fechados como bares, lanchonetes, corredores da faculdade, salas de aula é proibido por lei.

O anúncio da propaganda, então, dentro de um contexto particular e recorrendo a estratégias linguísticas cumpre uma função social importante de propagação de ideias políticas, religiosas, institucionais e até comerciais. Nosso anúncio em questão divulga uma ideia política e jurídica, tanto que no próprio discurso é usada a palavra *lei* para reforçar a proibição do fumo em locais fechados.

A fim de entendermos o funcionamento das palavras no

discurso do anúncio e compreendermos a relação de alteridade entre elas, dividimos, metodologicamente, o discurso em dois enunciados. O primeiro enunciado é "***Não fumar em locais fechados não é gentileza***". E o segundo enunciado será "***É lei.***" Inicialmente, mostraremos no primeiro enunciado a Argumentação Interna da palavra *gentileza* e a Argumentação Interna da palavra *lei* no segundo enunciado.

Depois, apresentaremos os encadeamentos decorrentes de cada enunciado, observando a relação de oposição que os dois enunciados mantêm entre si. Após essa etapa, verificaremos como os sentidos provenientes dos encadeamentos se completam, considerando as argumentações internas das palavras *gentileza* e *lei*. Na próxima seção analisaremos o anúncio da propaganda, utilizando os conceitos da Teoria da Argumentação na Língua que julgamos ser eficientes para desvendar com profundidade o sentido das palavras no enunciado.

Análise do enunciado: entendendo o funcionamento das palavras no discurso

Segue abaixo o enunciado retirado dos murais da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). O enunciado foi copiado, mantendo-se a grafia original proposta pela propaganda.

Não fumar em locais fechados não é gentileza. É lei.

Inicialmente, é necessário entender que o discurso apresentado na propaganda pode ser dividido em dois enunciados, a fim de que se compreenda, por meio do emprego das palavras, o sentido global expresso pelo locutor, isto é, a proibição do fumo em locais fechados. Dessa forma, a idéia evocada no primeiro enunciado é entendida pelo seguinte encadeamento: Neg-fumar em locais fechados DC neg-gentileza. Já no segundo enunciado percebemos o seguinte encadeamento: Neg-fumar em locais fechados DC lei.

O discurso analisado constrói duas formas normativas distintas de definir o segmento A, Neg-fumar em locais fechados. No primeiro enunciado o segmento B define A como Neg-gentileza e o segmento B do segundo enunciado define A como

lei. A questão, nesse caso, é compreender qual a relação estabelecida entre as possíveis definições de não fumar em locais fechados e por que o locutor mobiliza neg-gentileza e lei para orientar o alocutário sobre a proibição do fumo em ambientes fechados.

Para solucionar tal questão discursiva e desvendar o sentido dos enunciados, primeiramente devemos entender o sentido das palavras gentileza e lei. Assim, construímos abaixo as argumentações internas dessas palavras e em seguida discutiremos sobre o sentido que decorre da mobilização das palavras no discurso da propaganda:

AI (gentileza): neg-obrigação *PT* faz

AI (lei): obrigação *DC* deve fazer

Observamos nas duas argumentações internas que o primeiro segmento é constituído da mesma palavra, obrigação. No entanto, na AI de gentileza aparece a negação da obrigação e na AI de lei obrigação é afirmada. Se a obrigação, nesse contexto, é normativa e o fazer essa obrigação é também normativo, então a negação de tal obrigação é transgressivo e mesmo assim realizar o que não é obrigação é igualmente transgressivo. Isto significa dizer que não fumar em locais fechados é normativo no segmento que apresenta lei e transgressivo no segmento que apresenta neg-gentileza.

Outro aspecto verificado nessas argumentações internas é o aparecimento do verbo “deve” no segmento B da AI de *lei* e sua ausência no segmento B da AI de *gentileza*. O aparecimento do “dever” em lei completa e reforça o sentido de obrigação do segmento A, uma vez que a obrigação pode ou não ser cumprida. E se a lei, que é a obrigação de ser cumprida for desrespeitada, podemos ter o seguinte encadeamento implícito: neg-cumprir a lei *DC* punição. Já em gentileza não precisa aparecer o dever, pois a própria obrigação do segmento A é negada. Então dessa idéia temos outro encadeamento implícito diferente do primeiro: neg-gentileza *PT* neg-punição.

A partir de tais reflexões entendemos, portanto, que gentileza está ligada a atos individuais e lei, diferentemente, está ligada a imposições que são compartilhadas por uma comunidade, por uma sociedade. Quem não pratica gentileza não está sujeito à punição, pois falta de gentileza não é crime e

A PRODUÇÃO DE SENTIDOS NO ANÚNCIO DA PROPAGANDA: RELAÇÃO DE ALTERIDADE ENTRE AS PALAVRAS NO DISCURSO

a falta de gentileza não gera punições na sociedade. Já quem não pratica a lei, no caso, fumar em locais fechados está sujeito à punição, pois é condenável pela Constituição.

Diante das conjecturas apresentadas podemos compreender por que entre o primeiro e segundo enunciado há uma relação de oposição e ainda podemos visualizar a conjunção “mas” entre eles. Assim, teoricamente os dois enunciados se estruturam da seguinte forma:

Neg-fumar em locais fechados *DC* neg-gentileza. *MAS* neg-fumar em locais fechados *DC* lei

Os dois enunciados produzidos na propaganda, como é possível observar, não apresentam uma mera relação entre duas informações sobre a proibição do fumo em locais fechados. Na verdade, os dois enunciados se articulam e produzem um único sentido, por meio da relação de oposição que mantêm entre si. Não está escrito explicitamente a conjunção adversativa *MAS* entre os dois enunciados, porém com a análise da argumentação interna das palavras gentileza e lei que apresentam no contexto discursivo do enunciado uma relação de oposição, podemos observar a presença da conjunção de maneira implícita.

O locutor por sua vez não só concorda com o segundo enunciado, mas também quer convencer o alocutário sobre a proibição do fumo em locais fechados. Uma vez que o segmento B do primeiro enunciado é negado, ou seja, não fumar em locais fechados não é gentileza, então fica a possível pergunta do alocutário: se não é gentileza é o quê? Então, o locutor apresenta uma nova definição para o segmento A, não fumar em locais fechados, que é lei.

Essa definição é, portanto, o motivo da propaganda, isto é, necessita-se divulgar a idéia de que é proibido por lei fumar em locais fechados. Visualizamos nas definições dos dois encadeamentos, a busca do locutor em fazer com que seu alocutário entenda e assumo seu posicionamento frente a fumar ou não em locais fechados e usa a palavra lei para legitimar seu enunciado.

Interessante salientar que chegamos a tais conclusões sobre o sentido expresso no discurso da propaganda por meio da análise da relação entre as palavras e não pela presença ou não de uma conjunção. Aliás, se o sentido estivesse estritamente

nas conjunções, o discurso trabalhado neste artigo, nem poderia ser analisado, já que não apresenta explicitamente nenhuma conjunção. Desse modo, foi partindo da relação entre as palavras lei e gentileza e a relação dessas palavras nos dois encadeamentos que estabelecemos a relação de oposição entre os dois enunciados. É a própria relação de alteridade entre as palavras e entre segmentos e encadeamentos que revelam o sentido do discurso.

Considerações Finais

Interessante notar que ao analisarmos um enunciado sob a ótica teórica da ANL temos a possibilidade de considerar a relação de alteridade no mínimo sob duas dimensões: a primeira é a dimensão do locutor que busca no alocutário sua própria constituição, ou seja, o “eu” toma a língua única e exclusivamente para se dirigir e encontrar um “tu”; a segunda dimensão da relação de alteridade está justamente na apropriação da língua pelo locutor, em que a escolha das palavras no discurso, de certa forma, obedece a regras de relação entre si. Assim, podemos afirmar que a relação de alteridade ocorre também entre as palavras mobilizadas no discurso.

Nos enunciados analisados foi possível entender que a relação entre as palavras *gentileza* e *lei* revelou uma oposição aparentemente inexistente. Foi a combinação dessas palavras nos segmentos e encadeamentos que esclareceu ao alocutário que não fumar em locais fechados é uma obrigação, uma lei e deve ser cumprida. O discurso da propaganda foi enfim o lugar de encontro do enunciado da lei com o alocutário. Tal discurso, ao se dirigir e se encontrar com esse alocutário espera dele uma resposta. Aliás, o discurso lhe direciona para uma resposta: o cumprimento da lei.

Nessa perspectiva então não podemos conceber que as palavras apresentem um sentido literal e isoladas, ou seja, um sentido prévio que está fora do uso no discurso, muito embora a argumentação interna se apóie em conceitos coletivizados de uma determinada palavra. Na verdade, esses conceitos cristalizados se propagam em diversos enunciados nos diferentes contextos de produção e essa circulação acaba constituindo nessas palavras um sentido sempre novo que não pode ser visto de maneira isolada. A relação de alteridade atinge, desse modo,

A PRODUÇÃO DE SENTIDOS NO ANÚNCIO DA PROPAGANDA: RELAÇÃO DE ALTERIDADE ENTRE AS PALAVRAS NO DISCURSO

o processo interdependente entre o sentido dado, construído socialmente e o sentido novo de cada enunciação particular.

Afirma Saussure (2002, p. 237) que a “língua só é criada em vista do discurso” e que conceitos revestidos de forma linguística estão “prontos na língua” à espera que um indivíduo tome a palavra para se dirigir a outro. Desse modo, é somente no discurso que as palavras ganham sentido e expressam algum conceito a alguém. É somente no discurso e por meio da articulação das palavras que acontece a compreensão da realidade, dos fatos. Enfim, as palavras na língua esperam ser “postas em relação entre si para que haja significação do pensamento”. (SAUSSURE, 2002, p. 237)

O locutor, com efeito, fala sobre a realidade no discurso, por meio das escolhas lexicais e por meio também da combinação dessas escolhas no sintagma. Isso deixa claro, ainda, que não são as coisas, os objetos, os fatos do mundo empírico que dão sentidos às palavras, pelo contrário é a linguagem que constrói e dá sentidos à realidade empírica e aos atos dos seres humanos.

REFERÊNCIAS

ANSCOMBRE, Jean Claude, DUCROT, Oswald. Leis lógicas e leis argumentativas. In *Provar e dizer*. São Paulo: Global, 1981.

BENVENISTE, Émile. O aparelho formal da enunciação. In *Problemas de lingüística geral II*. Campinas: Pontes, 2006.

CAREL, Marion; DUCROT, Oswald. *La semántica argumentativa: Una introducción a la teoría de los bloques semánticos*. Edición literaria a cargo de María Marta García Negroni y Alfredo M. Lescano. Buenos Aires: Colihue, 2005.

Ducrot, Oswald. Argumentação retórica e argumentação linguística. In *Letras de Hoje*, v. 44, n 1, jan./mar. 2009.

DUCROT, Oswald. Prefácio. In: VOGT, Carlos. *O Intervalo Semântico* (contribuição para ma Teoria Semântica Argumentativa). São Paulo: Ateliê Editorial/Campinas: Editora da Unicamp, 2009.

_____. Enunciação. In *Enciclopédia Einaudi*. Lisboa: Imprensa Nacional. Casa da Moeda, 1984.

_____. Estruturalismo, enunciação e semântica. In *O dizer e o*

dito. Campinas: Pontes, 1987.

SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de Linguística Geral*. São Paulo: Cultrix, 1969.

SAUSSURE, Ferdinand de. *Escritos de Linguística Geral*. Trad. Simom Bouquet e Rudolf Engler. São Paulo: Cultrix, 2002.

COSTA, G. *Aproximação ao Serviço Social como Complexo Ideológico*. In: **Revista Temporális** nº 2. *Diretrizes curriculares: polêmicas e perspectivas*. Brasília: ABEPSS, 2000.

IAMAMOTO, M. *A prática como trabalho e a inserção do Assistente Social em processos de trabalho*. In: **O serviço social na contemporaneidade: trabalho e formação profissional**. 7ª ed. São Paulo: Cortez, 2004.

_____. **Serviço social em tempo de capital fetiche: capital financeiro, trabalho e questão social** 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2008.

LESSA, S. **Serviço Social e Trabalho: porque o Serviço Social não é Trabalho**. Maceió: Edufal, 2007.

_____. **Trabalho e proletariado no capitalismo contemporâneo**. São Paulo: Cortez, 2007a.

MOTA, A. E. **O feitiço da ajuda: as determinações do serviço social na empresa**. 3ª. ed. São Paulo: Cortez, 1991.

NETTO, J. P. *Transformações societárias e Serviço Social*. In: **Serviço Social e Sociedade** nº 50. São Paulo: Cortez, 1996.

_____. **Capitalismo monopolista e serviço social**. 7ª ed. São Paulo: Cortez, 2009.

Recebido em: 15/08/2012 - Aprovado em: 18/11/2012