

A AMBIGUIDADE SOB O PONTO DE VISTA DA GRAMÁTICA NORMATIVA E DA ANÁLISE DO DISCURSO

Lediane Ferreira Goulart Pacheco*

Resumo: O presente estabelece uma relação entre a ambiguidade sob o ponto de vista da Gramática Normativa e sob o ponto de vista da Análise do Discurso, a fim de observar se há possibilidade de controle sobre os sentidos dúbios, conforme propõe a primeira, ou se a língua é, por natureza, ambígua, conforme a segunda proposta teórica. Para tanto, serão analisadas duas propagandas publicitárias, pelo fato de a ambiguidade ser bastante explorada neste tipo de gênero.

Palavras-chave: Ambiguidade. Análise do Discurso. Gramática Normativa.

1 INTRODUÇÃO

“Minha mente vive inquieta
Pensando em tudo
Desligando-se de nada...”
(@nickr4mos, 2011)

Tendo em vista a Língua Portuguesa como um dos eixos norteadores desta pesquisa, busca-se compreender de que modo a gramática normativa pode ajudar o trabalho de leitura de uma determinada propaganda, considerando-se que, muitas vezes, este duplo sentido é provocado intencionalmente.

De fato há diversas propagandas do gênero publicitário que utilizam a ambiguidade como uma estratégia de marketing, possibilitando que a mensagem tenha mais de um sentido. No entanto, a interpretação dessa mensagem será compreendida a partir do ponto de vista de cada sujeito, ou seja, conforme a capacidade de formação discursiva.

A fim de dar início a esta pesquisa, além de estudos sobre gramática, foram utilizados diversos autores no campo da Análise do Discurso, como suporte teórico no decorrer deste artigo, dentre eles, está Orlandi (2008):

A análise de Discurso permite pensar a leitura (escrita) além da interpretação: o sujeito, que interpreta, lê a partir de sua posição sujeito, o sujeito leitor crítico lê

* Graduada em Letras – Português/Inglês pela Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL.

refletindo sobre sua posição sujeito, sobre as condições de produção de sua leitura, por isso ele não interpreta apenas, ele compreende.

Ainda para a mesma autora, “o discurso é um processo contínuo que não se esgota em uma situação particular. Outras coisas foram ditas antes e outras serão ditas depois. O que temos são sempre “pedaços”, “trajetos”, estados do processo discursivo”. (ORLANDI, 2001, p 14).

Diante disso, percebe-se a relevância do tema aqui levantado em questão, pois existem pessoas que acreditam que o discurso pode ser algo pronto e acabado, e ainda, que pode ser controlado. Por isso, durante a construção deste artigo, serão abordadas duas propostas teóricas: a Gramática Normativa (GN) e a Análise do Discurso (AD), a fim de compreender como cada uma aborda o termo ambiguidade.

Este artigo objetiva, então, estabelecer uma relação entre a ambiguidade sob o ponto de vista da Gramática Normativa e sob o ponto de vista da Análise do Discurso, a fim de observar se/como há possibilidade de controle sobre os sentidos dúbios, conforme propõe a primeira, ou se a língua é, por natureza, ambígua, conforme a segunda proposta teórica. Como afirma Orlandi, tomar a palavra “é um ato social com todas as suas implicações: conflitos, reconhecimentos, relações de poder, constituição de identidades, etc.” (ORLANDI, 1988, p. 17).

Após o objetivo geral, estão elencados os objetivos específicos, tais como: evidenciar a diferença entre as duas teorias estudadas, analisar duas propagandas, observando a existência do termo ambiguidade em seu contexto e, identificar como a ambiguidade é abordada em cada uma delas.

De fato a ambiguidade está presente no cotidiano da sociedade em geral, sendo abordada tanto nas propagandas quanto nas conversas informais. A partir do diálogo o ser humano expressa sua opinião sobre determinado assunto, levando em consideração a sua vivência para tomar suas decisões, ou seja, a linguagem deve ser vista como um espaço de interação humana, no qual os sujeitos falantes agem, uns sobre os outros, a partir de condições sócio-histórias-ideológicas.

Para alcançar os objetivos propostos neste estudo, pretende-se uma reflexão em torno do termo ambiguidade, considerando suas variedades e compreendendo as diversas teorias, neste caso a Análise do Discurso e a Gramática Normativa, que procuram entendê-la, ou até mesmo solucioná-la.

2. O QUE É A GRAMÁTICA NORMATIVA

Partindo da ideia de que a Gramática Normativa, como o próprio nome já diz, se restringe às regras da língua e que por sua vez, segue a seguinte estrutura: leitura, escrita e interpretação. A GN traz um tipo de discurso essencialmente autoritário que nega a polissemia, que só admite que exista um único agente, “aquele que tem o poder de dizer”. Não há espaço para interação, o estudo da GN não garante a capacidade de domínio da língua em situações que exijam além dos conhecimentos gramaticais, pois o conhecimento fica em segundo plano.

A GN não está preocupada com a língua nas suas inúmeras possibilidades de formulação dos sentidos, ou seja, para a GN, a língua por si só é suficiente. Segundo Lima e Henrique (1915, p. 5), “é uma disciplina didática por excelência, que tem por finalidade codificar o “uso idiomático”, dele induzindo, por classificação e sistematização”.

Para Antunes (2007, p.133), a gramática foi elevada “a um patamar de guardiã; de vigia [...]” e começou-se a “referenciar as gramáticas como se nelas estivesse alguma espécie de verdade absoluta a eterna da língua” (2007, p. 34). O resultado disso, segundo a autora, foi que ocorreu uma fixação pelo estudo da gramática, como se nada mais que envolvesse a língua fosse necessário, podendo destacar aqui os conhecimentos prévios que os falantes já possuem que vão além do campo da gramática, as vivências, as experiências que trazem ao longo de suas vidas.

2.1 Ambiguidade para a Gramática Normativa

Para a GN, a ambiguidade é a possibilidade de mais de um sentido válido para um só enunciado num dado contexto, podendo ser por lapso ou por intenção, carregando assim um discurso pretensamente neutro e científico, apoiando-se nestes dados para promover a erradicação dos fatos da língua que fogem ao controle das regras sintáticas e morfológicas oficiais. Com base nas teorias de Ferreira:

As repetidas menções ao termo *gramática* requerem necessariamente uma explicação, ainda que breve, dos sentidos em jogo nas diferentes concepções. Evidentemente não caberia aqui um aprofundamento do tema; apenas não se

pretende omitir o recobrimento de interpretações contidas numa noção ambígua como é a noção de gramática. (FERREIRA, 2000, p. 85)

Na GN, não são considerados os conhecimentos prévios que os falantes possuem. Essa concepção se dá pelo raciocínio de que saber língua é saber gramática. Se o falante não tem conhecimentos das normas, não conhece a língua. Ora, se ele é falante de uma determinada língua, é porque ele tem conhecimento da sua gramática.

Embora a GN seja um sistema fechado, por outro lado a ambiguidade abre as portas para o surgimento de novas possibilidades. Cada indivíduo é capaz de construir o seu próprio significado, porém, a ambiguidade tem suas origens no “sujeito falante” mais que na língua, o que representa, desta forma, uma falha dos indivíduos, e não da língua.

2.2 O tratamento que a ambiguidade recebe pela GN

Partindo do princípio de que, para a GN, a ambiguidade pode ser resolvida, concepção esta originada no pensamento formalista, que concebe a língua como um código, ou seja, um conjunto de signos que se combinam conforme determinadas regras, então considera um erro os casos de ambiguidade, pois acredita que a falha está na estrutura da mensagem e no uso das palavras de forma incorreta. Em seguida, alguns exemplos de ambiguidade:

- a) Este líder dirigiu bem sua nação.
- b) Antes ele andava de lotação, hoje não anda mais.
- c) Carlos foi até a casa de Davi para ver sua mãe.

Segundo a GN os casos de ambiguidade podem ser resolvidos. Nos exemplos citados acima, o uso do pronome que causa a ambiguidade pode ser evitado se o falante souber e utilizar as regras da gramática.

Para a GN, o emissor tem controle sobre sua fala, sobre o sentido que vai ocasionar nos receptores. A GN vê a língua como um sistema fechado, um conjunto organizado, não dando importância à linguagem oral. Muitas vezes, o sujeito manifesta sua opinião e é compreendido, mas, para GN, esta é uma possibilidade descartada dentro deste universo.

A GN acredita que a compreensão acontece quando se segue a língua padrão. A ambiguidade é indesejável na comunicação, em particular na escrita.

3. A ANÁLISE DO DISCURSO

Para compreender o viés da Análise de Discurso, serão utilizados alguns referenciais teóricos, dentre eles a autora Orlandi, trazendo grandes contribuições para esta pesquisa.

De acordo com suas palavras, Orlandi (1942) argumenta que:

A Análise de Discurso, como seu próprio nome indica, não trata da língua, não trata da gramática embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso. E a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando. (ORLANDI, 1942, p. 15).

Para a autora, a AD significa a apropriação que o homem exerce sobre a língua, ou seja, a forma que ele utiliza para expressar o que compreende para outras pessoas.

Durante este capítulo, estará subdividido em cinco seções: na primeira fará uma breve introdução sobre o sentido; na segunda uma reflexão com relação à língua; na terceira sobre o sujeito, na quarta a interpretação e por fim, a quinta seção que remete ao termo ambiguidade, sobre como a AD trata este tema.

3.1 O sentido

Conforme Orlandi (1942, p. 20), “As palavras simples do nosso cotidiano já chegam até nós carregadas de sentidos que não sabemos como se constituíram e que, no entanto, significam em nós e para nós”. Desse modo, muitas vezes, apenas repetimos o que alguém já falou em algum momento e nos apropriamos desta fala de acordo com a necessidade.

Ainda para a mesma autora, a AD ocupa o lugar em que “reconhece a impossibilidade de um acesso direto ao sentido e que tem como característica considerar a interpretação como objeto de reflexão” (2001, p. 21).

E segundo Orlandi (2001, p 19), “interpretação tem lugar tem uma relação fundamental com a materialidade da linguagem, as diferentes linguagens significam: são assim distintos gestos de interpretação que constituem relação com o sentido nas diferentes linguagens”.

A partir dos conceitos expostos acima, sabemos que a língua é o lugar onde o discurso é materializado. Faz então necessário um breve tópico sobre a língua.

3.2 A língua

Com relação à língua, Ferreira (2000, p. 29) entende que ela pode ser compreendida tanto no aspecto corporal quanto no material e, por isso, o emissor e o receptor precisam ter agilidade no processo mental para conseguir atingir o objetivo proposto, isto é, entender o significado da mensagem.

A língua é abordada dentro do quadro da comunicação, donde a ocorrência de termos como *emissor*, *receptor*, *mensagem*, *decodificação*, entre outros [...]. No interior desse quadro, o que se espera do emissor e do receptor é que se cumpram com eficácia os papéis previstos”. (FERREIRA, 2000, p 49)

Para tal, a autora traz sua concepção de língua com base nas teorias da análise de discurso. Porém, segundo Orlandi, a língua enquanto sistema pode ser indiferente às contradições ideológicas, pois na AD a língua tem uma autonomia relativa, pois “todo o processo discursivo se inscreve numa relação ideológica de classes.” (Pêcheux, 1997).

Cabe à AD desneutralizar os sentidos. Segundo Pêcheux, Haroche e Henry, 2007, “as palavras mudam de sentido segundo as posições ocupadas por aqueles que as empregam”.

3.3 O sujeito

O sujeito de linguagem recebe interferência tanto por parte da língua como da história, pois não existe a possibilidade de compreender o sujeito com as características isoladamente. Orlandi (1942) argumenta que:

O sujeito de linguagem é descentrado pois é afetado pelo real da língua e também pelo real da história, não tendo o controle sobre o modo como elas o afetam. Isso redundaria em dizer que o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia. (ORLANDI, 1942, p. 20)

Desse modo, a AD busca o sentido para um determinado símbolo, ou seja, às vezes uma mensagem pode ser compreendida de diversas formas e o que irá caracterizar este significado será o contexto em que cada sujeito está inserido na sociedade.

3.4 A interpretação

A AD não pode ser compreendida apenas com base na interpretação do sujeito, pois existem outros fatores que contribuem para dar sentido ao objeto em questão, bem como: estrutura gramatical, o contexto, etc.

Com base nas palavras de Orlandi (1942):

A Análise de Discurso não estaciona na interpretação, trabalha seus limites, seus mecanismos, como parte dos processos de significação. Também não procura um sentido verdadeiro através de uma “chave” de interpretação. Não há esta chave, há método, há construção de um dispositivo teórico. Não há uma verdade oculta atrás do texto. Há gestos de interpretação que o constituem e que o analista, com seu dispositivo, deve ser capaz de compreender. (ORLANDI, 1942, p. 26).

Neste sentido, a AD sustenta a ideia de que não há uma verdade absoluta, mas sim, fatores que favorecem a chegar a uma resposta coerente. Nesse sentido, não basta conhecer a estrutura gramatical, pois é preciso que o raciocínio do sujeito seja coerente, isto é, seguir além da gramática normativa e ser capaz de fazer o uso da própria língua.

3.5 A Ambiguidade para Análise de Discurso

As teorias de Ferreira (2000) apontam que existem diferentes formas para alcançar uma resposta, dependendo de como o sujeito irá construir o seu discurso, ou seja, quais as palavras farão parte desta estrutura mental.

A ambiguidade é utilizada com frequência nas propagandas, textos e até mesmo, em uma conversa informal. O objetivo é deixar uma mensagem subliminar e fazer com que o sujeito tire as suas próprias conclusões sobre ela. Segundo Culioli (1984):

[...] deslizamentos, lapsos, mal entendidos, ambiguidades, não são os “parasitas da comunicação”, ou os “ruídos” sobre um fundo informativo claro, mas fazem parte integrante da atividade de linguagem. (CULIOLI, 1984, p.99)

Com base nos estudos de Ferreira (2000), há diversos tipos de ambiguidade:

- A ambiguidade como disjunção: o que se indaga é como definir o papel do sujeito em relação à “exigência de interpretação” que a ambiguidade ocasiona.
- A ambiguidade como “problema de recepção: aqui, leva-se em consideração que o emissor sabe o que quis dizer, assim a responsabilidade sobre a interpretação fica sob inteira responsabilidade do receptor. Para a AD, a ilusão de “sabemos o que dizemos” é construída por uma fala que se estrutura na evidência do ideológico.
- A ambiguidade como problema linguístico: a dependência se situa ao nível do sistema linguístico e na aposta da existência efetiva de uma rede solidária que dê conta dos problemas. Percebe-se a tentativa de harmonizar, de aparar as arestas.
- A ambiguidade como estratégia discursiva: esta teoria diverge das perspectivas citadas anteriormente. Aqui a ambiguidade passa a ser inerente a todo o discurso e contra a Gramática, a qual tem o papel de guardião da língua, excluindo qualquer possibilidade de incompreensão. Desta forma, a gramática assume o papel de banir tudo o que possa significar indeterminação e ambiguidade.

Com base na teoria de Ferreira (2000), que estuda a ambiguidade como estratégia discursiva fundamenta-se na existência de conflitos. Esta concepção deixa entrever uma teoria que não se limita aos critérios sintáticos e discursivos, mas sim a fatores muito mais complexos, que estão no campo da AD.

4. ANÁLISE DE PROPAGANDAS

Este capítulo estará subdividido em três seções: na primeira irá apresentar as características da propaganda; na segunda o controle dos sentidos na propaganda e na terceira e última seção, a ambiguidade é própria da língua e pode ser explorada como tal.

4.1 Características da propaganda

A propaganda é um recurso utilizado para informar, vender ou até mesmo persuadir o sujeito, que por sua vez é considerado o alvo. Diversas são as finalidades das propagandas, porém todas possuem um significado e uma mensagem subliminar, ou seja, não são expostas por acaso. E elas estão na televisão, no rádio, nos jornais, nas revistas ou nas ruas, garantindo que a mensagem provoque algum impacto nas pessoas.

A propaganda pode ser verbal ou não-verbal. Mas basicamente o enfoque é sempre o mesmo: chamar a atenção das pessoas, ou, de um público alvo, que é o caso que será analisado nas duas propagandas escolhidas.



Imagem 1

Fonte: www.itau.com.br/sempapel

Esta imagem é da propaganda do Banco Itaú. Inicialmente, percebe-se que a propaganda traz a questão da preocupação com meio ambiente, porque devemos utilizar o papel somente quando houver necessidade. Porém o que chama mais atenção do público que assiste é a gargalhada que o bebê dá enquanto o seu pai rasga o papel.

No entanto, esta gargalhada foi um ato espontâneo durante o momento em que seu pai rasgava uma folha de papel e, percebendo a felicidade do filho, o pai rasgou-a outras vezes. Por outro lado, a mensagem que a mídia se apropria leva a outras reflexões, ditas anteriormente, isto é, evitar o desperdício, contribuindo para o meio ambiente. Também pode ser ambígua, ao levar em consideração que o que está sendo rasgado são os problemas do dia a dia. Enfim, diversas podem ser as interpretações, de acordo com o conhecimento e experiências de cada expectador.

Esta preocupação também está presente na ilustração abaixo, mostrando que além da saúde precisamos preservar a natureza.



Imagem 2

Fonte: Revista Época – Ed 706 – 28 de novembro de 2011 – P. 73

Embora esta propaganda traga benefícios para a natureza, pois a sua embalagem é confeccionada com produtos que não agredem o meio ambiente, ao mesmo tempo, esta foi

uma estratégia de marketing. Assim, além de contribuir com a natureza, logo terá um número significativo de consumo deste produto.

Em uma das suas teorias Orlandi (2001), argumenta que o texto ele pode ser como uma unidade imaginária, mas é a partir deste momento que o sujeito irá construir sua linha de raciocínio. Nesse sentido, a propaganda apela para os símbolos visuais, mas que certamente estão impregnados de significados, ou seja, direcionando o olhar do sujeito.

4.2 O controle dos sentidos na propaganda

Percebe-se que tanto na propaganda do Itaú quanto na propaganda do iogurte, diversos são os sentidos que podemos atribuir para tal, desta forma, afirmando a Teoria da Análise do Discurso, a intenção é uma ilusão. Não há como controlar o significado, pois cada pessoa já traz uma ideologia e um conhecimento anterior, por isso, o olhar de cada sujeito trará suas contribuições para a propaganda, de acordo com suas vivências.

Diante disso, a propaganda deve ser pensada estrategicamente e bem elaborada para que os seus objetivos sejam de fato alcançados, porém isso não garante que não se abra um leque de diferentes interpretações. Além do que, a partir do momento em que a propaganda se torna pública, não existe a possibilidade de alterar a mensagem que já foi colocada.

4.3 A ambiguidade é própria da língua e pode ser explorada como tal

Como já foi dito anteriormente, a língua é um dos sistemas utilizados pelo homem para se comunicar, porém nem sempre é possível alcançar a compreensão através dela. Diversas pessoas dizem algo, mas logo tentam voltar atrás dizendo que não era isto que queria dizer. Esta é uma situação bastante corriqueira, já que o sujeito não conseguiu transmitir o seu pensamento para a oralidade com clareza, provocando um desconforto por não saber transferir o seu pensamento para a oralidade. Ora, pois, as palavras quando são soltas ao vento não tem

mais como recuperá-la. Esta é uma expressão concreta para explicar que a ambiguidade não está presente somente nas propagandas, mas também no cotidiano do homem.

De acordo com a teoria de Pecheux:

Nunca faltam os bons espíritos se dando por missão livrar os discursos de suas ambiguidades, através de um tipo de “terapêutica da linguagem” que fixará, enfim, o sentido legítimo das palavras, das expressões e dos enunciados. (PECHEUX, 1982, p.41)

De fato, a ambiguidade está por todos os lados e a compreensão é a responsabilidade de cada um. Levando em conta que cada ser humano possui suas vivências, não existe a possibilidade de alcançar o mesmo resultado. Por isso, quando a propaganda é lançada ao público, passa a ter diversos olhares, abrindo assim, um vasto leque de interpretações.

Por outro lado, estas interpretações não são sustentadas pela GN, já que, a mesma desconsidera que a língua seja capaz de atribuir diferentes pontos de vista com relação a uma única mensagem. Ainda salienta a necessidade de saber utilizar a estrutura gramatical tanto durante a oralidade quanto na escrita. Neste momento, percebe-se a distância existente entre público considerado culto – utiliza a linguagem formal – e o público que se apropria da linguagem informal, deixando explícito que esta é uma possibilidade descartada pela GN, alegando que se o sujeito não souber fazer uso dela, será impossível existir um diálogo ou uma compreensão relacionado a um determinado assunto. Na verdade, temos a plena consciência de que a GN traz inúmeras contribuições para a sociedade, porém, ainda é um sistema fechado diante do universo rico culturalmente.

Neste sentido, a GN não está aberta para novas possibilidades, excluindo as contribuições que cada sujeito poderia dar para a sociedade. Além disso, cada ser possui características e habilidades diferentes um dos outros. No entanto, esta diferença não impede que o sujeito possa alcançar determinado objetivo, talvez, utilizem caminhos diferentes, mas o importante é concluir a trajetória proposta.

Desse modo, a ambiguidade é um recurso bastante utilizado nas propagandas, pois procuram lançar um ponto de interrogação na mente do sujeito e, além disso, consegue passar uma mensagem sutil.

Enfim, as propagandas possuem a capacidade de levar ao público diferentes mensagens, porém cada sujeito possui a autonomia para tirar suas próprias conclusões, mesmo que a GN seja contra a liberdade de expressão é um direito de todos.

5 CONCLUSÃO

O objetivo deste estudo foi observar se há possibilidade de controle sobre os sentidos dúbios, e para tal, foram estudadas as teorias da Análise do Discurso e da Gramática Normativa.

A língua é um dos sistemas utilizados pelo homem para se comunicar, porém nem sempre é possível alcançar a compreensão através dela. As teorias aqui estudadas apontam que existem diferentes formas para alcançar uma resposta, dependendo de como o sujeito irá construir o seu discurso, ou seja, quais as palavras farão parte desta estrutura mental, aquilo que o sujeito carrega consigo.

Por este motivo, a ambiguidade emerge como uma característica marcante nos dois exemplos que constituem este estudo. Tal ambiguidade se institui através da diversidade de significados que cada público espectador dá para o que lê/vê/ouve.

No entanto, para a GN a ambiguidade pode ser resolvida, ou seja, ela é vista como um erro, visão esta que a AD discorda, a ambiguidade é própria da língua e pode ser explorada como tal.

Percebe-se também que nos casos estudados a ambiguidade pode ser proposital, mas que foge do controle do autor, pois como já dito, cada público dará um sentido diferente, de acordo com a bagagem que traz consigo.

REFERÊNCIAS

FÉLIX, Ana Elizabeth Araújo da Silva. **A semiologia dos discursos da publicidade**. São Luís (MA): Central dos livros.

LEANDRO FERREIRA, Maria Cristina. **Da ambigüidade ao equívoco**: da resistência da língua nos limites da sintaxe e do discurso. Porto Alegre: Editora da Universidade, 2000.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso e leitura**. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

POSSENTI. **Por que (não) ensinar gramática na escola**. Campinas (SP): Mercado de Letras, 2000.

RODRIGUES, Marlon Leal; ALVES, Wedencley (Org.). **Discurso e sentido**: questões em torno da mídia, do ensino e da história. São Carlos (SP): Claraluz, 2007.

ANTUNES, Irandé. **Muito além da gramática**: por um ensino de línguas sem pedras no caminho. 3. ed. São Paulo: Parábola, 2008. 165 p. (Estratégias de ensino; 5)

Revista Época – Ed 706 – 28 de novembro de 2011 – P. 73