

Uma análise de atos de fala implicaturados em cartazes

An analysis of speech acts as implicatures on posters

Morgana Fabiola Cambrussi

Universidade Federal da Fronteira Sul. Av. Fernando Machado, 108E, Centro,
Caixa Postal 181, 89802-112, Chapecó, SC, Brasil. morgana@uffs.edu.br

Tatiana Alves

Grupo Santa Rita. Ac. Canários da Terra, s/n, Bairro Seminário, 89801-000,
Chapecó, SC, Brasil. tatianaalves92@hotmail.com

Resumo. Neste artigo, são analisados enunciados performativos implicaturados em cartazes à luz da teoria dos Atos de Fala de Austin e da teoria de Máximas Conversacionais de Grice. O objetivo do estudo é demonstrar como certos atos de linguagem podem ser veiculados por meio da violação de máximas conversacionais. Além disso, argumenta-se que esses atos têm como propósito levar o interlocutor a agir de acordo com padrões socialmente aceitos e, para isso, sustentam-se em uma tomada de consciência do leitor. O resultado da análise aponta para uma atividade de linguagem imperativa, por meio da qual performativos de ordem indiretos são implicaturados.

Palavras-chave: atos de fala, máximas conversacionais, implicaturas.

Abstract. In this paper performative utterances are analyzed in some contexts when they are implicatured in posters. The study is based on Austin's Speech Acts theory and on Grice's Conversational Maxims theory. The central aim is to demonstrate how some language acts can be produced by a kind of violation of conversational maxims. Furthermore, we argue these acts have as a purpose to make the readers act according to a socially accepted behavior and it is done based on a reader's consciousness. As a result, the analysis pointed out an imperative language activity through which performatives of indirect order are implicatured.

Keywords: speech acts, conversational maxims, implicatures.

Introdução

Neste trabalho, é analisado e descrito o funcionamento de performativos indiretos que são implicaturados em cartazes de advertência, ordem, pedido ou proibição, localizados em espaços de circulação pública. O uso de cartazes em locais públicos é comum, pois esse gênero mantém a informação necessária próxima de seu leitor e ativa na memória. No entanto, nem sempre o principal conteúdo proposicional está explícito no enunciado, mas se estrutura por meio de uma informação subentendida. Além disso, pelos enunciados veiculados, é possível depreender informações

sobre o comportamento não linguístico do público a que o proferimento está direcionado.

Tome-se como exemplo o enunciado *Favor jogar papéis na lixeira (e não no chão)*, extraído de um cartaz afixado em um banheiro público feminino. Em termos de comportamento linguístico, espera-se que o leitor interprete o enunciado como uma ordem, não como um pedido. Essa interpretação decorre de um conjunto de informações linguísticas (como se produz uma ordem indireta?) e não linguísticas (que tipo de comportamento higiênico é socialmente aceito no contexto?) que o falante possui. Nesse caso, o cálculo de interpretação direciona o leitor para um performativo direto (ordena-se que

os papéis utilizados sejam descartados na lixeira, e não em outro local do ambiente) e para o julgamento de como se comportam algumas pessoas que frequentam o espaço: não fosse a ocorrência de casos de pessoas que descartam papéis em outros lugares (como o chão), não haveria relevância a ordem indireta para que os papéis sejam descartados na lixeira (Fiorin, 2005, 2007; Levinson, 2007).

Para fundamentar a análise deste trabalho, partiremos da Teoria dos Atos de Fala, postulada por Austin (1990), que discorre sobre enunciados que caracterizam ações (enunciados performativos), e, com isso, produzem acontecimentos no mundo. Tais acontecimentos não existiriam, ou tais ações não se efetuariam, se determinado enunciado não fosse proferido pela pessoa adequada, no local e no momento adequados para que o proferimento fosse efetivado. “Eu te batizo”, proferido por uma autoridade religiosa em uma igreja, seria o exemplo clássico de performativo, pois, a partir do proferimento desse enunciado, cria-se o batismo no mundo (Austin, 1990; Levinson, 2007; Chierchia, 2003).

Para estudo dos performativos, consideramos a seguinte subdivisão: diretos e indiretos (Fiorin, 2005, 2007). No presente trabalho, nos ateremos ao estudo dos performativos indiretos (também chamados implícitos). Outra frente teórica adotada para embasar a análise será a teoria das Máximas Conversacionais, de Grice (1975), regidas pelo que o autor denominou Princípio Cooperativo (ou Princípio de Cooperação). Grice, com o desenvolvimento de sua teoria, inseriu o princípio de cooperação como ponto relevante na análise de textos orais e escritos, argumentando que é por ele que ocorre a relação entre os interlocutores. Neste trabalho, propomos uma análise de cartazes – enunciados circulantes do cotidiano social – com o objetivo de compreender e descrever como os enunciados performativos implicaturados conseguem atingir os objetivos empreendidos pelo falante, criando efeitos perlocucionários em seus leitores/interlocutores que correspondem a condutas sociais consideradas adequadas, tendo, portanto, efeito apelativo.

Performativos implicaturados: atos de fala e máximas conversacionais

Muitos autores consideram que a teoria dos Atos de Fala de Austin (1990) representou o início da pragmática linguística (Levinson, 2007; Fiorin, 2007; Wilson, 2008). Austin in-

vestigou como funcionavam certos enunciados, que, como o autor formulou, não serviam para descrever cenas no mundo, função que a linguística, até o momento, acreditava ser primordial para a linguagem. Esses enunciados, a partir de seu proferimento, criavam ou efetivavam acontecimentos e fatos no mundo. Austin produziu essa diferenciação entre certos enunciados a partir do momento em que constatou que alguns enunciados possuíam um valor de verdade, mas outros não eram passíveis desse tipo de julgamento (Austin, 1990).

As indagações de Austin deram origem à teoria da performatividade, termo utilizado pelo autor para designar o estudo de enunciados que não descreviam cenas ou fatos, mas que possuíam uma força ilocucionária, capaz de gerar no interlocutor uma ação. Esses enunciados apresentavam, em sua concepção, as características formais de: *verbo na primeira pessoa, no tempo presente do modo indicativo e na voz ativa*. Como exemplo de performativo clássico tem-se: “*Declaro aberta a sessão*”. Austin dividiu, ainda, os atos dos enunciados performativos em: *locucionário* (o ato de fala propriamente dito); *ilocucionário* (o que o ato de fala caracteriza e pretende: um pedido, uma ordem, uma advertência, etc.) e *perlocucionário* (a reação/o efeito do/no interlocutor quando exposto ao ato de fala).

Além dessa divisão do ato performativo em si, o enunciado performativo só terá valor e será válido se obedecer às condições de felicidade, que Austin descreveu como: *pessoa apropriada para a enunciação do performativo, local apropriado e tempo correto para a enunciação do ato de fala*. As condições de felicidade são extremamente necessárias para a performatividade do ato, pois, em uma situação que não abarque as condições, o performativo não é válido porque não se realiza, portanto, é nulo, como, por exemplo, se o performativo “*Declaro aberta a sessão*” for dito por uma criança brincando com os colegas de classe, o enunciado será um puro ato verbal, e não um ato performativo de linguagem (Austin, 1990; Chierchia, 2003; Levinson, 2007).

Os estudos da pragmática evoluíram a partir de então, e, em 1967, Grice elaborou uma teoria acerca das implicaturas (inferências disparadas por elementos linguísticos e por informações contextuais), que constitui essencialmente uma teoria sobre como as pessoas usam a língua e conduzem suas conversações (Levinson, 2007). Com isso, Grice identificou a existência de quatro máximas presentes nas

trocas conversacionais, as quais o autor denominou Máximas Conversacionais, que guiam e conduzem as interações sociais, baseadas em um Princípio Cooperativo. As quatro máximas de Grice são: Máxima da *qualidade* – faça sua contribuição quando tiver evidências de que ela é verdadeira (ou quando acreditar em sua verdade); Máxima da *quantidade* – faça sua contribuição de maneira realmente informativa, não sendo informativo demais, nem de menos; Máxima da *relevância* – faça uma contribuição que realmente seja pertinente à interação no momento de fala; Máxima do *modo* – faça sua contribuição de maneira ordenada, breve e clara, sem ambiguidades (Grice, 1975; Levinson, 2007; Chierchia, 2003).

A utilização das máximas propõe, portanto:

[...] o que os participantes têm de fazer para conversar de maneira maximamente eficiente, racional, cooperativa: eles devem falar com sinceridade, de modo relevante e claro e, ao mesmo tempo, fornecer informação suficiente (Levinson, 2007, p. 127).

Mas nem sempre, nas interações sociais, as máximas são respeitadas da maneira como são postuladas. Para exemplificar, tem-se:

Falante a: - Paulo não foi trabalhar hoje?

Falante b: - O carro está na garagem.

Nessa interação verbal, percebemos que a pergunta feita por A não foi respondida claramente por B, ao não responder 'sim' ou 'não' sobre o fato de Paulo ter ido trabalhar. A sentença de B é uma informação dada ao seu interlocutor, que possui o conhecimento de que, se Paulo usa sempre o carro para trabalhar, mas o carro está em casa, isso permite inferir que Paulo não foi trabalhar. Essa inferência dada pelo contexto e pelas informações que os interlocutores possuem na interação (Moura, 2000) é o que Grice chama de implicatura conversacional, que ultrapassa o conteúdo semântico dado na sentença e é produzida a partir do desrespeito a alguma das máximas. A implicatura conversacional sugere que os indivíduos que estão interagindo possuem conhecimentos sobre tais inferências, e, portanto, as sentenças possuem conexões e seguem o Princípio de Cooperação (Grice, 1975).

Os estudos sobre a linguagem que respaldam este trabalho propõem uma investigação sobre a dinamicidade existente na linguagem, gerada sobretudo pela influência do contexto de produção dos enunciados e dos usos feitos desses, tanto no que diz respeito à performatividade quanto no que se refere às implicaturas disparadas no uso efetivo da língua. O que se pretende comprovar é como, na construção de certos enunciados, o locutor vale-se de informações extratextuais e extra-contextuais para alcançar os efeitos almejados, baseando-se em conhecimentos de mundo e verdades consensualizadas.

Com um foco mais abrangente, a presente pesquisa orientou-se na busca por materiais que caracterizassem enunciados em usos sociais comuns e em contextos de escrita. O material utilizado constitui-se de enunciados veiculados em cartazes¹, que podem ser classificados como gêneros textuais informativos e como gêneros híbridos, por possuírem como propósito informar e/ou conscientizar seu leitor/interlocutor e por apresentarem texto verbal e não verbal (imagens).

Na seção seguinte, apresenta-se a análise dos materiais reunidos, tomando-se como base o Princípio de Cooperação e as máximas e implicaturas conversacionais de Grice (1975), além dos estudos de Austin (1990), sobre a performatividade existente na língua. Intenciona-se descrever como se dão tais fenômenos de linguagem no material analisado, ou seja, como ocorre o funcionamento e a violação das máximas conversacionais e implicaturas que são lançadas por determinados enunciados. Ainda, busca-se descrever a instauração da performatividade desses enunciados em seus três atos constitutivos, acordando que o uso desses cartazes conduz, como objetivo final, a ações a serem praticadas pelos seus interlocutores.

Análise de performativos implicaturados: atos de fala e padrão social

Os textos analisados, doravante chamados Figura 1 (F1), Figura 2 (F2) e Figura 3 (F3), foram produzidos em situações enunciativas nas quais se mobilizaram fatores que desencadeiam, em cada caso, a exploração de

¹ Como o foco deste trabalho recai sobre a análise dos enunciados veiculados em cartazes, e não sobre o cartaz em si, optou-se por reproduzir, na seção de análise, apenas os enunciados, a fim de não identificar os estabelecimentos comerciais e órgãos públicos nos quais os cartazes estavam afixados.

uma ou mais máximas conversacionais. Com isso, esses textos geram implicaturas conversacionais que, por sua vez, originam ou possuem por objetivo originar atos perlocutivos orientados para a especificação de conduta de seus interlocutores/leitores. Observemos o primeiro caso:

Na Figura 1, os enunciados eram seguidos da imagem de um copo personificado, com face e expressão de emoções, cuja representação é acompanhada por uma frase de efeito que interpela o interlocutor, de maneira subliminar, sobre o sentido de adotar, fazendo assim uma analogia entre adotar um copo e adotar a própria campanha, produzida sob o argumento de consenso da preservação ambiental e visando à economia de copos descartáveis.

O princípio de cooperação é acionado na Figura 1 quando o interlocutor, ao elaborar seu cartaz, prevê as inferências que podem ser criadas com o dito principal, ou seja, o enunciado destacado “Adote um copo”. Nesse caso, “Adote um copo” não está ligado ao significado convencional de adotar, denotativo e dicionarizado. Pelo contrário, assume um significado contextual ao disparar a implicatura conversacional “Faça sua parte nessa campanha”, ou “Utilize o mesmo copo durante um período” e, assim, “Evite desperdícios e não aumente a poluição”. Todas essas implicaturas são geradas no contexto de produção do enunciado, tendo em vista o local de produção

e de circulação do cartaz e a própria orientação argumentativa compartilhada acerca das relações entre o descarte de materiais e os efeitos de poluição gerados.

Para explicar as implicaturas disparadas, pode-se lançar mão do princípio de cooperação e da ideia de exploração de máximas conversacionais, que são ativadas pelos interlocutores para que de fato haja a cooperação na interação verbal. Nesse caso, na Figura 1, há a exploração de pelo menos três máximas². A primeira é a máxima de *qualidade*, explorada pela derivação de significado de “adotar” no contexto, cuja acepção precisa ser figurada. O dito em “Adote um copo”, seguido das demais informações do cartaz, sanciona que há uma necessidade de informar uma verdade já validada pela sociedade, de que se deve produzir menos lixo e, quanto mais for possível reutilizar materiais, melhores serão os efeitos para as pessoas e para o meio ambiente. Essa posição é construída pelo apelo à consciência dos indivíduos, por meio das campanhas midiáticas existentes, que propagam ideias ligadas à sustentabilidade e à preservação de recursos naturais, além de defender princípios econômicos adotados em espaços como aquele em que o cartaz está afixado, mantido por receitas públicas.

A segunda máxima envolvida é a da *quantidade*, que prediz sobre a quantidade de informações dadas no momento da interação. O enunciado principal “Adote um copo” é

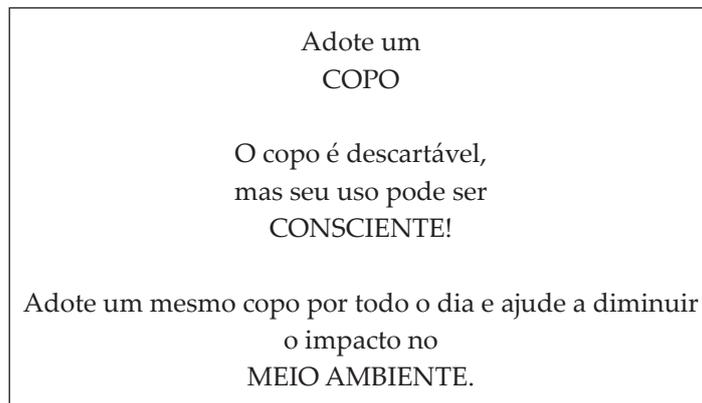


Figura 1. Cartaz de campanha para reutilização de copos descartáveis afixado em repartição pública frequentado por funcionários públicos e população em geral.

Figure 1. Campaign poster for reuse of plastic cups affixed to public office attended by government employees and general people.

² Como argumentamos, os enunciados performativos de F1, F2 e F3 são implicaturados – logicamente, ocorrem pela exploração da máxima do Modo, uma vez que não foram formulados da maneira mais clara e direta possível. Por ser essa uma constatação básica, não demos destaque a ela na análise.

suficiente para a promoção das implicaturas intencionadas, e, pela máxima da quantidade, observando o princípio de cooperação mobilizado pelos interlocutores, pode-se afirmar que os enunciados que seguem em menor destaque no cartaz reforçam o porquê da campanha, pois redundam em termos informacionais. O falante mobiliza as implicaturas conversacionais pelo dito principal, de forma que “Adote um mesmo copo por todo o dia, e ajude a diminuir o impacto no meio ambiente” e “O copo é descartável, mas seu uso precisa ser consciente” não acrescentam conteúdo informacional, mas asseguram que o conteúdo implicaturado seja acessado por um número maior de leitores.

A terceira máxima em funcionamento na Figura 1 é a máxima da *relevância*. Esta é explorada no momento em que é construída uma relação entre o dito principal do cartaz e seu contexto de produção, a fim de que a relevância de se dizer o que se disse, no momento e da forma que foi dito seja estabelecida. O mesmo ocorre com os dois enunciados secundários, os quais também conduzem a interpretação do leitor e a definição de seu próprio papel na conscientização e na adoção à campanha – como efeito perlocutivo.

Já quanto à performatividade de F1, em primeiro lugar, considera-se a existência de um locutor que faz uso do enunciado e das condições de enunciação para atingir o seu interlocutor, aplicando os efeitos gerados de sensibilização, para compor um enunciado performativo que visa a criar a ação no mundo de reutilização do copo descartável. De fato, o enunciado performativo se torna implícito e indireto por não apresentar as características formais de enunciados performativos diretos: *não há um verbo performativo na primeira pessoa do singular, no tempo presente do modo indicativo e na voz ativa*. Desse modo, a estratégia de dizer utilizada na Figura 1 apela para uma ação/conscientização do interlocutor quanto à necessidade de agir de acordo com os padrões sociais de comportamento aceitos e legitimados – o padrão de economia e de sustentabilidade. Nessa perspectiva, o enunciado ganha força imperativa, caracterizada a princípio como um pedido, convite ou até mesmo um conselho de como se deve agir, mas, observando-se o caráter dogmático do enunciado, munida da força ilocucionária de uma ordem. Com isso, “Adote um copo” passa de performativo indireto de pedido, convite ou conselho para um performativo implicaturado de ordem “Reutilize os copos”.

Quanto à sua performatividade, portanto, F1 é composto pelo ato locutivo, considerado apenas o enunciado principal “Adote um copo”, pelo ato ilocutivo, que é força de uma ordem (implicaturada), e pelo ato perlocutivo, definido na chamada de consciência acionada pelo conjunto dessas informações. O ato perlocutivo, desse modo, equivale ao efeito de conduta gerado no leitor, cuja responsabilização é desejada.

Ainda sobre F1 e sua performatividade, as condições de felicidade sancionadas por Austin, para que de fato o performativo seja válido, são abarcadas no contexto de produção do enunciado, pois há um falante com papel social adequado para a produção do enunciado, que provavelmente é o responsável pela conservação dos recursos do ambiente, bem como o local e o tempo de produção do enunciado estão em conformidade para a formação de um performativo válido.

A informação compartilhada que serve de pano de fundo para a campanha ilustrada na Figura 1 dá o respaldo para que as condições de felicidade do enunciado se mantenham e o performativo se realize. Entretanto, nem sempre esse contexto de produção tem alcance tão amplo e podemos ter performativos implicaturados em contextos mais restritos, a exemplo do representado na Figura 2.

A Figura 2 apresenta o enunciado “Lavar a louça não cai a mão nem as unhas!”, cujas implicaturas que podem ser disparadas pelo interlocutor no momento de leitura são: “Lave sua louça”, “Qualquer um pode lavar a própria louça”, “Ninguém fará isso por você” e, ainda, “Aqui todos lavam suas próprias louças”. Diferentemente do cartaz anterior, podemos iniciar dizendo que a performatividade desse enunciado se constrói a partir da exploração da máxima da *qualidade*, pelo fato de a interação criada entre locutor e interlocutor

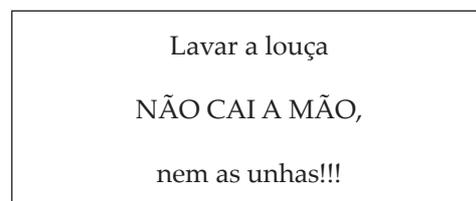


Figura 2. Cartaz afixado em um *hostel* de São Paulo, em ambiente de alimentação, de uso compartilhado entre os hóspedes.

Figure 2. Poster displayed in a hostel of São Paulo, in a food place which is shared by guests.

apresentar uma informação afirmativa, de que praticar o ato de lavar a louça não acarreta malefícios físicos. Logicamente, a verdade desse enunciado não precisa ser enunciada e, quando enunciada em F2, lança mão do recurso de ironia para disparar a implicatura desejada.

A contribuição feita pelo locutor é afirmada como uma verdade, dessa forma, atua imperativamente, por implicar certo grau de ridicularização do interlocutor, o qual compartilha o conhecimento do conteúdo posto do enunciado, dado como óbvio nessas circunstâncias – lavar a louça é uma tarefa cotidiana e mesmo quem não a pratica possui o conhecimento de que essa atividade não provoca a perda das mãos ou das unhas.

A segunda máxima explorada é a da *relação*, que, segundo Grice (1975), resume-se em: “Seja relevante”. No contexto de F2, o interlocutor precisa buscar encontrar a relação entre a afirmação “Lavar a louça não cai a mão nem as unhas” e o motivo pelo qual tal informação está sendo dada no contexto, realizando um cálculo de interpretação que leva em consideração a informação posta no enunciado e a pertinência dele na cena enunciativa. Assim, o locutor força a criação da relação entre a veracidade do dito e as necessidades contextuais, criando uma ordem que tem por objetivo reger a manutenção de comportamentos instituídos às pessoas que utilizam o espaço: elas devem lavar as suas próprias louças, pois não haverá outra pessoa que faça isso por elas e não há motivos cabíveis para não atender a ordem (“não cai a mão, nem as unhas”).

Desse modo, o processo de apelação a quem não atende ao comportamento pré-estabelecido se efetiva a partir das implicaturas conversacionais existentes e mencionadas acima, as quais são disparadas pela exploração das máximas de *relação* e de *qualidade*, que levam a crer que, em F2, o que o interlocutor possuía em mente ao formular o enunciado era a criação do performativo indireto e implicaturado de ordem “Lave sua louça”. Em F2, o ato ilocutivo se apresenta mais claramente como uma ordem, pois o modo de construção verbal do enunciado (construído como uma afirmação), mesmo sem a presença de um verbo imperativo, permite que esse enunciado seja desmembrado até que se atinja a força ilocucionária de ordem.

Essa força atua sobre o interlocutor, originando o ato perlocutivo quando o interlocutor toma para sua consciência as verdades ditas e acorda sobre o comportamento adequado, implicaturado. Esse processo o levará a praticar

a ação premeditada como objetivo do locutor, de que cada um lave a própria louça. O que o aparente constativo esconde é, na verdade, um enunciado de ordem indireta. No entanto, esse enunciado não busca conscientizar sobre alguma causa social, como o expresso por F1, mas manter a organização de um espaço utilizado por diversas pessoas.

Por fim, o enunciado F3 segue os mesmos padrões de construção e se sustenta sobre a intenção do locutor de, por uma força perlocucionária, conduzir o comportamento social dos interlocutores/leitores:

Para analisar F3, dividiremos os enunciados em: (F3a) “*Todos os dias toneladas de detergentes e milhões de litros de água são utilizados para lavar toalhas que foram utilizadas somente uma vez*”; (F3b) “*A toalha que estiver pendurada, usarei de novo*”; e (F3c) “*A toalha que estiver sobre a pia, favor trocar*”.

Em F3a, temos um enunciado explicativo, que apresenta, como informação central, a quantidade de detergente e a de água gastas para lavar toalhas utilizadas uma só vez. Iniciando pela questão das implicaturas conversacionais criadas em F3a, é possível afirmar que as informações, novamente de cunho dogmático, criam implicaturas como “Esse comportamento contribui para a degradação do planeta”; “As toalhas podem e devem ser usadas mais de uma vez, para preservarmos o meio ambiente”.

Em tese, percebe-se que o foco desse enunciado é explorar a máxima da *quantidade*, apresentando uma informação ao seu interlocutor, cuja importância será por ele julgada. Entretanto, já está socialmente posta: devemos preservar o meio ambiente. É possível concluir que a máxima da *quantidade* é violada no momento em que mais informações do que as necessárias estão sendo dadas. Grice, (1975, p. 49) descreve que, quando o falante faz uso de um maior número de informações do que o necessário, ou seja, quando é prolixo, é possível que ele tenha outras intenções com as informações excedentes. Em observância a essa questão, infere-se que, ao dar ao interlocutor todas essas informações sobre o gasto de água e detergente, o locutor pretende atingi-lo, usando o princípio de cooperação, que parte da ideia de que o interlocutor também tem consciência de que essas verdades tomadas pela sociedade são cabíveis às suas ações.

Sabe-se que a necessidade de economizar água é socialmente posta e aceita como um compromisso de todos, por isso, ações que le-

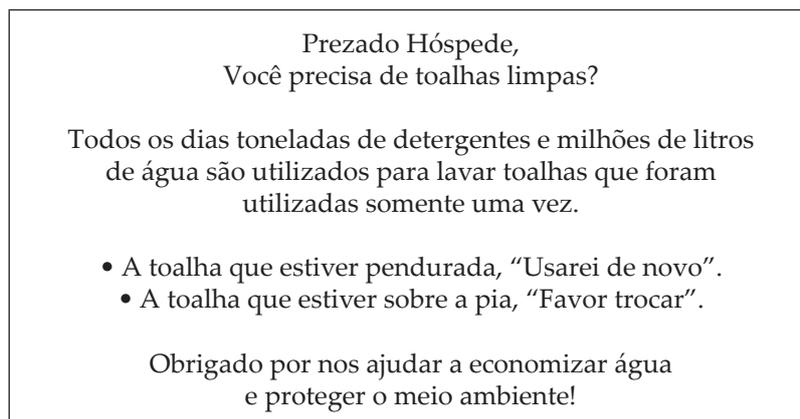


Figura 3. Cartaz afixado em hotel, no banheiro, próximo às toalhas de banho.

Figure 3. Poster displayed at a hotel bathroom, next to the bath towels.

vam à economia cabem a todos. “A escolha” é dada ao interlocutor por meio dos enunciados F3b e F3c, os quais descrevem as ações praticadas por hóspedes, mas, em interação com o enunciado F3a, sinaliza-se qual é a melhor e mais apropriada escolha de acordo com as causas sociais e econômicas latentes no mundo atual – não se pode considerar, de fato, que o enunciado F3a deixe espaço para a escolha F3c, pelo contrário, convoca o interlocutor, por meio do conteúdo implicaturado do enunciado, a agir conforme F3b.

A performatividade de F3 é a mais implícita e indireta dos três casos analisados. Se tomado somente o enunciado F3a como base de análise, apenas informações sobre o gasto de água e de detergente são mencionadas, caracterizando-se, em princípio, como um puro ato locutivo. Entretanto, sua força ilocucionária, somando-se as implicaturas geradas e a exploração e violação das máximas, é de uma ordem, determinando qual ação é adequada no contexto. Ao presumir que foi violada a máxima da *quantidade* e suas submáximas, interpretando a proximidade existente como necessária para o efeito desejado, o interlocutor perceberá que essas informações são assim dadas para que um ato perlocutivo ocorra, evocando-se para ele uma tomada de consciência e, por consequência, de ação: reutilize a toalha de banho – um performativo de ordem indireto.

Considerações finais

Os enunciados veiculados em cartazes e analisados neste artigo disparam implicaturas conversacionais cujo propósito parece ser o de

gerar efeitos sobre os seus interlocutores, os quais são convocados a agir dentro de certos padrões de comportamento social. Em outras palavras, tais implicaturas operam sobre o interlocutor para formar uma “tomada de consciência” de suas *noções* acerca de determinado assunto e acerca de quais devem ser suas *ações*. Considerando esse aspecto, tais enunciados corroboram a visão performativa da linguagem de Austin, para quem a ação de linguagem corresponde a um *fazer fazer*.

Entre os casos analisados, pode-se observar que todos os enunciados performativos de ordem eram implicaturados em enunciados que se apresentavam por uma roupagem linguística distinta. No primeiro caso, em F1, o performativo de ordem “Reutilize os copos” pode ser inferido a partir de um performativo indireto de pedido, convite ou conselho “Adote um copo”. Em F2, o performativo de ordem “Lave sua louça” deriva de um enunciado aparentemente constativo (“Lavar a louça não cai a mão, nem as unhas”), mas cuja natureza irônica claramente aponta para um significado que não está posto, mas implicaturado. Por fim, em F3, o performativo “Reutilize as toalhas de banho” é derivado do enunciado aparentemente constativo “Todos os dias toneladas de detergentes e milhões de litros de água são utilizados para lavar toalhas que foram utilizadas somente uma vez”, cujas implicaturas só são disparadas pelo contraste desse enunciado com os demais, que o seguem: “A toalha que estiver pendurada, ‘usarei de novo’” e “A toalha que estiver sobre a pia, ‘favor trocar’”.

Desse modo, a análise aponta para uma possibilidade de descrição de ações de lingua-

gem que não são diretamente enunciadas, mas contextualmente criadas, por meio de enunciados performativos implicaturados. É possível produzir essa descrição articulando-se a visão performativa da linguagem ao princípio de cooperação e às suas máximas conversacionais relacionadas. Por meio dessa articulação, pode-se chegar aos performativos de ordem implicaturados em F1, F2 e F3.

Além disso, pode-se explicar, no conjunto dos casos analisados, por que F1 apresenta o performativo de ordem implicaturado mais acessível (um performativo é convertido em outro: pedido, convite ou conselho → ordem) e F3 apresenta o performativo de ordem implicaturado mais complexo para se detalhar (um enunciado aparentemente constativo é convertido em performativo). Já F2 encontra-se em um meio termo, pois, embora o enunciado performativo de ordem implicaturado seja derivado de um enunciado aparentemente constativo, este é claramente um enunciado irônico, e a ironia, por si só, dispara implicaturas.

Referências

- AUSTIN, J. 1990. *Quando dizer é fazer*. Porto Alegre, Artes médicas, 136 p.
- CHIERCHIA, G. 2003. *Semântica*. Campinas/Londrina, Ed. da Unicamp/Eduel, 683 p.
- FIORIN, J.L. 2005. Pragmática. In: J.L. FIORIN, *Introdução à linguística: II*. São Paulo, Contexto, p. 161-185.
- FIORIN, J.L. 2007. A linguagem em uso. In: J.L. FIORIN, *Introdução à linguística: I*. São Paulo, Contexto, p.165-186.
- GRICE, H.P. 1975. Logic and Conversation. In: P. COLE; J.L. MORGAN (eds.), *Syntax and Semantics 3 - Speech Acts*. New York, Academic Press, p. 41-58.
- LEVINSON, S.C. 2007. *Pragmática*. São Paulo, Martins Fontes, 548 p.
- MOURA, H.M.M.M. 2000. *Significação e contexto: uma introdução a questões de semântica e pragmática*. Florianópolis, Insular, 109 p.
- WILSON, V. 2008. Motivações pragmáticas. In: M.E. MARTELOTTA (org.), *Manual de linguística*. São Paulo, Contexto, p. 87-110.

Submetido: 21/08/2015

Aceito: 20/02/2016