



**UEPB**  
Universidade  
Estadual da Paraíba

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB**  
**CENTRO DE EDUCAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE LETRAS**  
**CURSO DE LICENCIATURA PLENA EM LETRAS – ESPANHOLA**

**ADRIANA MARIA PEREIRA GOMES**

**ANÁLISE DO DISCURSO: O ESTUDO DE UM ANÚNCIO PUBLICITÁRIO SOB A  
PERSPECTIVA DA TEORIA DE AD**

**Campina Grande - PB**  
**Agosto de 2017**

**ADRIANA MARIA PEREIRA GOMES**

**ANÁLISE DO DISCURSO: O ESTUDO DE UM ANÚNCIO PUBLICITÁRIO SOB A  
PERSPECTIVA DA TEORIA DE AD**

Artigo de Conclusão de Curso, apresentado ao Departamento de Letras da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), em cumprimento às exigências e normas para obtenção do título de Licenciatura Plena em Letras - Espanhola.

Orientador: Prof. Me. Alessandro Giordano

**Campina Grande - PB**  
**Agosto de 2017**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

G633a Gomes, Adriana Maria Pereira  
Análise do discurso: o estudo de um anúncio publicitário sob a perspectiva da teoria AD [manuscrito] / Adriana Maria Pereira Gomes. - 2017.  
23 p. : il. color.

Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras Espanhol) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2017.  
"Orientação: Prof. Me. Alessandro Giordano, Departamento de Letras Espanhola".

1. Análise do discurso 2. Linguagem 3. Propaganda I.  
Título.

21. ed. CDD 401.41

**ADRIANA MARIA PEREIRA GOMES**

**ANÁLISE DE DISCURSO: O ESTUDO DE UM ANÚNCIO PUBLICITÁRIO SOB A  
PERSPECTIVA DA TEORIA DE AD**

Aprovado em: 04 de AGOSTO de 2017

BANCA EXAMINADORA:

Alessandro Giordano Nota: 9,5

Prof. Me. Alessandro Giordano  
(Orientador)

Luciene Fernandes Carneiro Giordano Nota: 9,5

Prof. Esp. Luciene Fernandes Carneiro Giordano  
(UEPB)

Júlio César Vasconcelos Viana Nota: 9,5

Prof. Esp. Júlio César Vasconcelos Viana  
(UEPB)

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço à Deus, criador de todas as coisas, pois sem o seu suporte nos momentos mais difíceis eu não teria alcançado o meu objetivo. A Ele dedico toda honra e toda a glória.

Em seguida, gostaria de agradecer a cada membro da minha família, que também me apoiaram mesmo quando eu precisei deixar os meus afazeres de casa de lado, para me dedicar aos meus estudos: ao meu esposo Adolfo Freire Gomes e aos meus filhos, Kelly Daiana Pereira Gomes, Kirllany Daise Pereira Gomes e Kécio Raphael Pereira Gomes. Sem vocês, sem o auxílio dado, nada disso seria possível.

Ao meu orientador, Prof. Me. Alessandro Giordano, não apenas por sua orientação para a conclusão desse trabalho, mas por toda assistência que me foi concedida no período o qual fiz a minha graduação. Apesar de árduo ser o caminho, com o seu auxílio, senti-me mais confiante de que conseguia trilhar essa estrada até o fim. Sempre me lembrarei de ti, dos seus conselhos, mas principalmente, do seu essencial papel em minha vida acadêmica que foi muito além do suposto a ser.

Ademais, quero agradecer também a todos os meus mestres do Curso de Letras, Habilitação em Língua Espanhola, em especial a Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Tania Maria Augusto Pereira. Foi de extrema importância a semente que vocês plantaram em mim, permitindo assim que eu avançasse. Jamais esquecerei de cada aula, de cada momento o qual vocês estiveram presentes. Sinto-me privilegiada por ter sido aluna de cada um de vocês.

Quero agradecer também as minhas colegas de classe, que foram mais do que simples companheiras, se tornaram amigas. Em especial a Edenice dos Santos, Virgínia Oliveira, Laysa Melo e a Aparecida Costa. Vocês tornaram essa caminhada menos árdua.

Por fim, agradeço a Universidade Estadual da Paraíba, minha *alma mater*, e a toda equipe que faz parte dela. Foi uma honra fazer parte dessa instituição que fez tanto crescer. Meus sinceros agradecimentos.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>7</b>
<b>2 APORTE TEÓRICO.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Princípios da Linguística Saussuriana e a Enunciação.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 A Teoria da Análise do Discurso.....</b>	<b>12</b>
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>14</b>
<b>4 ANÁLISE DE DADOS.....</b>	<b>15</b>
<b>4.1 A Rede Social: O Facebook.....</b>	<b>15</b>
<b>4.2 A Propaganda.....</b>	<b>16</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>20</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>22</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>23</b>

## ANÁLISE DO DISCURSO: O ESTUDO DE UM ANÚNCIO PUBLICITÁRIO SOB A PERSPECTIVA DA TEORIA DE AD

Adriana Maria Pereira Gomes

### RESUMO

A linguagem é um aspecto fundamental, essencial e presente no contexto social do homem e foi através dela que os seres humanos obtiveram também grandes avanços históricos, pois só fomos capazes de saber como os nossos antepassados viveram ao traduzirmos a linguagem que eles utilizavam. Assim, algo de tamanha valia não poderia deixar de aguçar a curiosidade de alguns estudiosos, como por exemplo, o filósofo suíço Ferdinand de Saussure, entre outros. Todavia, nem todos os pesquisadores dessa área concordavam com os preceitos de Saussure, rompendo os seus preceitos, Mikhail Bakhtin foi um destes. O citado estudioso russo, ficou conhecido como o filósofo do diálogo, após a formulação da teoria da Análise do Discurso (AD). Os fundamentos da AD têm como objetivo analisar aspectos obtusos nos discursos construídos para a criação dos sentidos, do enunciado, não relevando as análises da sintaxe e morfológica. Diante dos fatos expostos, esse trabalho objetiva interpretar um anúncio publicitário de uma famosa rede social sob o ponto de vista da AD. Para este fim, nos baseamos nos estudos de Foucault (1987), Benveniste (1991), Bakhtin (1992) e Orlandi (2005) no tocante da teoria AD.

**Palavras-Chave:** Linguagem, Linguística, Análise do Discurso, Propaganda.

### INTRODUÇÃO

A linguagem sempre esteve presente na vivência dos seres humanos, seja ela na forma de língua junto com os seus signos e significados, ou até mesmo gestos e figuras. O fato é que a comunicação é uma característica inerente ao homem, fazendo parte, de forma ativa, de seu convívio social. Devido a isso, surgiu a necessidade de se estudar, de entendê-la e muitos são os estudiosos, sociólogos, linguistas e filósofos que tentam interpretar os preceitos desse importante aspecto para a esfera coletiva dos seres. Ferdinand Saussure, um linguista e filósofo suíço, foi um deles. O seu trabalho foi essencial, pois, é a partir dele que a

linguística se tornou uma ciência independente, além de sua valiosa contribuição para a organização dos termos, uma nomenclatura específica para a área.

Inicialmente, Saussure estudou a relação entre a linguagem, a língua e o signo. Ele queria entender e organizar a natureza do objeto do seu estudo. Isso ocasionou o surgimento da sua polêmica Teoria do Signo Linguístico, a qual falaremos mais adiante, em um dos tópicos desse trabalho.

No entanto, apesar das grandes contribuições do linguista suíço para a área, alguns estudiosos da mesma temática que Saussure não seguem a sua linha de pensamento, surgindo com ideias antiformalistas, como é o caso do filósofo do diálogo russo, Mikhail Bakhtin, e do teórico social francês, Michael Foucault. Os estudos de Bakhtin e Foucault deram resultados, pois proveniente disso surge a teoria a qual foi nomeada de Análise do Discurso (AD), também chamada de Análise dos Discursos.

Em suma, a Análise do Discurso (AD), basicamente, é uma prática da linguística no campo da Comunicação que consiste em analisar a estrutura de um texto e, a partir desses dados, compreender as construções ideológicas presentes na composição textual. Por outro lado, o diferencial da AD é que o princípio não objetiva entender os aspectos morfológicos (estudo da estrutura, formação e classificação das palavras) ou de sintaxe (o estudo da disposição das palavras em um texto) de um discurso, ela vai além, pois mais que uma análise textual, é uma análise contextual da estrutura discursiva em questão. Outra importante consideração a ser feita sobre a ideia da AD é que ela se aplica a qualquer tipo de texto e gênero, seja imagem, seja vídeo etc. Este último citado será o tipo de texto o qual estudaremos adiante nesse trabalho.

Dentro dessa perspectiva, esse artigo tem como propósito abordar os aspectos que a teoria da AD que podem ser aplicados para explorarmos as mensagens explícitas e implícitas do nosso objeto de estudo. Além do mais, o tema geral do nosso trabalho engloba um problema cada vez mais recorrente na nossa sociedade nos dias atuais: a necessidade de estar sempre conectado. Partindo desses pressupostos, formulamos a seguinte pergunta: Como podemos utilizar a especificidades da teoria da AD para investigar os aspectos de um anúncio publicitário?

Conforme o questionamento exposto, temos como objetivo principal, aplicar a teoria da Análise do Discurso para interpretar uma propaganda em vídeo postada no *site Facebook Home*, que teve como foco, na época que foi lançada, informar aos seus usuários que, a partir daquele momento, a referida rede social poderia ser acessada também através de *smartphones*,



expandindo o seu uso, dado que dessa forma seria possível estar conectado nos mais diversos lugares. No tocante aos objetivos específicos, indicamos os seguintes:

- Investigar sobre os primeiros estudos de Ferdinand de Saussure na área da linguística, assim como os de Benveniste, com a teoria da Enunciação;
- Discorrer sobre a teoria da Análise do Discurso e;
- Analisar uma propaganda sob a perspectiva da teoria anteriormente mencionada.

Baseando-se em nossa pergunta de pesquisa e nos objetivos apresentados, apontamos como hipótese que podemos chegar ao entendimento do significado da mensagem do nosso objeto de estudo através da teoria da AD, pois para investigarmos os aspectos de um anúncio publicitário, precisamos compreender algumas particularidades desse gênero textual.

Ademais, iremos também estudar, para introduzir o conteúdo, os preceitos de Ferdinand de Saussure, em seguida veremos como foram iniciados os seus estudos da linguística moderna (da qual ele é considerado “pai”), assim como as peculiaridades da teoria AD, e os trabalhos sobre o tema de pesquisadores como Foucault (1987), Benveniste (1991), Bakhtin (1992) e Orlandi (2005).

## **1.0 APORTE TEÓRICO**

Fundamentando-se nos objetivos o qual este artigo possui, que tem como intuito interpretar uma propaganda, baseando-se no ponto de vista da Análise do Discurso (AD), iremos discorrer nessa secção sobre os estudos que deram embasamento para este trabalho. Assim, esta fundamentação teórica encontra-se dividida em duas partes: (i) iniciarei essa parte com os primeiros estudos da linguística de Ferdinand de Saussure (1916) e complementarei com a teoria da Enunciação de Benveniste (1991), e (ii) discorrerei os aspectos da teoria AD, respaldando-me nas concepções de Foucault (1987), Bakhtin (1992), Orlandi (2005) e sobre o tema. Dessa forma, poderemos construir o desenvolvimento do nosso tema.

### **1.1 Os Primórdios da Linguística e a Enunciação**

A comunicação, de uma forma geral, sempre foi um assunto que vem instigando estudos nas mais diversas áreas: linguistas, filósofos, fonoaudiólogos, psicólogos etc. Esses

são apenas alguns dos profissionais que têm como objeto de estudo a própria linguagem, as suas variações e o seu uso para a sociedade. No entanto, para esse trabalho, o nosso foco estará nos trabalhos e pesquisas desenvolvidos por linguistas e filósofos da língua.

A linguagem, como dito anteriormente, é inerente ao homem, e é através dela que os seres modificam o mundo, o contexto que vivem e até a si mesmo. Por esta razão, o homem é quem dar sentido a existência humana, então o estudo dos mecanismos da língua é fundamental para o entendimento da própria vivência do homem na sociedade.

A princípio, o trabalho do linguista Ferdinand de Saussure foi o que fundou a linguística moderna. Antes dele, não houve sequer a preocupação de se determinar o objeto de estudo (OE) da nova ciência, e não havia como a linguística ser considerada ciência independente sem essa especificação. O linguista suíço era extremamente metucioso e este fator foi de grande valia para os estudos da linguística, pois, além de delimitar o OE, ele também organizou a terminologia, fazendo assim com que os estudiosos da área tivessem nomes específicos para situações inseridas dentro do contexto da pesquisa.

A linguística não é uma pequena parte de algum estudo maior, ela é tida uma ciência independente, como mencionamos anteriormente, pois como qualquer outra definida assim, ela também possui um OE estabelecido (a forma de comunicação humana), o qual, por viver em constante mudança e não ter verdades absolutas, sempre precisará ser estudado.

André Martinet (1978), um linguista francês, e seguidor das ideias de Saussure, define a linguística da seguinte forma:

[...] A linguística é o estudo científico da linguagem humana. Diz-se que um estudo é científico quando se baseia na observação dos fatos e se abstém de propor qualquer escolha entre tais fatos, em nome de certos princípios estéticos ou morais. 'Científico' opõe-se a 'prescritivo'. No caso da linguística, importa especialmente insistir no caráter científico e não prescritivo do estudo: como o objeto desta ciência constitui uma atividade humana, é grande a tentação de abandonar o domínio da observação imparcial para recomendar determinado comportamento, de deixar de notar o que realmente se diz para passar a recomendar o que deve dizer-se. [...]

Martinet, além de abordar o motivo da linguística ser aceita como ciência, comenta sobre como é complicado o observador (ou o pesquisador) ser imparcial ao estudar o OE, pois, ele como um ser social, estar inserido também na esfera coletiva e por esse motivo, faz parte do contexto.

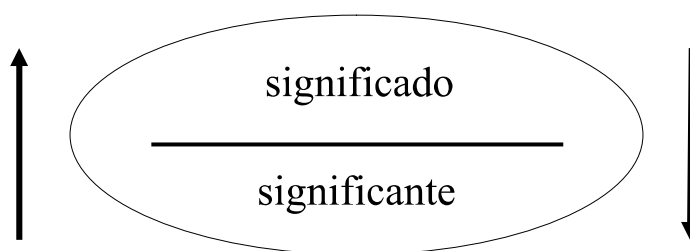
Voltando aos estudos do precursor da linguística moderna, Saussure é conhecido também por suas dicotomias: Língua *versus* Fala; Significante *versus* Significado; Paradigma

*versus* Sintagma e Sincronia *versus* Diacronia. Todavia, para esse trabalho iremos nos ater apenas aos dois primeiros.

Na primeira dicotomia, Língua *x* Fala, são isolados dos aspectos essenciais da interação humana, sendo que um refere-se a sociedade e o outro, ao indivíduo, respectivamente. Como resultado disso, Saussure demonstrou que a linguagem humana tem um aspecto social e individual: no social é o conhecimento internalizado que nós possuímos da língua, esse conhecimento internalizado é partilhado de uma forma comum e permite que nós entendamos uns aos outros (língua); e o individual da língua é a fala, é a forma como nós externamos os nossos pensamentos.

Já na segunda dicotomia, Significante *x* Significado, Saussure remete, ao primeiro termo, a ideia de imagem acústica, que é a imagem evocada em nossos pensamentos quando ouvimos determinada palavra. Ademais, o segundo termo refere-se ao conceito de determinado vocábulo.

Saussure argumentava que essa concepção apresentada acima seria semelhante a uma moeda com dois lados, porém aqui um lado sempre iria precisar do outro para estar completo. A figura a seguir (figura 1) foi baseada na representação presente no livro Curso de Linguística Geral, compilado por dois amigos de Saussure, a partir de trabalhos do pesquisador, em 1916, após a sua morte.



**Figura 1**

Dando continuidade ao nosso assunto, os trabalhos de Saussure permitiram que um outro estudioso da área, o francês Émile Benveniste (1991), iniciar-se a sua própria teoria linguística: A enunciação.

A teoria da Enunciação é uma intermediação da primeira dicotomia de Saussure, língua e fala, pois, a teoria de Benveniste afirma que a enunciação é a parte individual da comunicação, e o enunciado é o que é produzido por um determinado falante em um contexto comunicativo.

A Enunciação, para o autor, é uma instância que possui 2 características, são elas: (i) a enunciação é a instância de mediação entre a língua e a fala e; (ii) é a instância das categorias de pessoa tempo e espaço.

Todavia, apesar dos trabalhos dos dois linguistas serem de importante valia, alguns estudiosos não concordavam com todos os aspectos e um deles foi o russo Mikhail Bakhtin (que não é considerado um linguista, pois essa nomeação só é dada aos estudiosos que seguem os preceitos saussurianos, ou seja, os que estudam a linguística). A partir daí, surgia, o impasse pos-Saussure, focando em como a língua era formada, que criticava principalmente o significado do sistema linguístico fechado proposto por Saussure. Esses estudos resultaram o que, mais tarde foi nomeado de Análise do Discurso, princípio o qual falaremos a seguir.

## 1.2 A Teoria da Análise do Discurso

Nessa parte do artigo, iremos abordar o surgimento da teoria da Análise do Discurso e as suas particularidades, as quais usaremos mais adiante para explicar, sob a perspectiva da teoria, os conceitos extraídos do nosso OE.

Como explanado no tópico anterior, foi através de uma divergência entre as concepções de Saussure e Bakhtin sobre a concepção da língua que surgiu uma nova vertente no estudo da linguagem: A Análise do Discurso.

A Análise do Discurso, ou AD, é uma prática da linguística no campo da Comunicação, e consiste em analisar a estrutura de um texto e a partir disto compreender as construções ideológicas presentes no mesmo. Para os estudiosos dessa área, o próprio discurso já é interpretado como uma construção linguística que está intrinsecamente ligada ao contexto social o qual a composição é estruturada. Ou seja, para eles, a linguagem e as circunstâncias as quais ela é formada estão fortemente entrelaçadas.

Entretanto, é importante ressaltar que, para essa vertente do estudo da linguagem, o objeto que é investigado é o discurso, não apenas a frase em si, mas a construção de sentidos que o emissor quer passar para os receptores da mensagem, por isso o meio o qual ocorre a ação, a construção do texto é significativamente importante para o seu real entendimento.

Mas, o que seria o discurso nessa circunstância? O Discurso não está vinculado apenas ao termo que nós conhecemos, que é o sinônimo de fala, e sim a exterioridade da língua. Afinal de contas, o discurso “encontra-se no social e envolve questões de natureza não estritamente linguísticas” (FERNANDES, 2007)

O filósofo da língua, o qual iniciou os estudos dessa área foi o russo, Mikhail Mikhailovitch Bakhtin. Bakhtin (1992) declarava que “O texto é a manifestação viva da linguagem, substituir o formalismo gramatical é uma das formas de tornar o texto mais acessível [...]”. O filósofo afirmava que o objeto de seu estudo está em perene transformação sem se submeter a uma forma fixa e imutável, por que devemos considerar a linguagem como uma realidade sociocultural, sócio interacional, como algo que vai além dos tópicos da gramática.

Outra importante concepção é que a língua só existe em função do uso que locutores e interlocutores fazem dela em situações de comunicação no contexto os quais estão inseridos. O filósofo da língua francês Michael Foucault (1987), alegava que os três princípios básicos da comunicação verbal são a emissão (aquele que fala, emite algo), a recepção (o que se recebe do emitido) e a compreensão (que ocorre quando o que foi emitido é entendido), pois um texto só poderia receber essa nomenclatura se o receptor fosse capaz de entender o sentido do mesmo. Logo, o autor de um texto não o escreve para si, mas para outros e cabe a ele compreender o contexto da construção de seu discurso.

Partindo disso, existe outro conceito importante dentro da AD: a função da enunciação. Émile Benveniste (*op. cit.*), o qual citamos na secção anterior, se questionava como se passa da língua para a fala, como ocorre o processo, e a enunciação era a resposta. Um ser consegue partir do aspecto social para o individual da língua através da enunciação. Ademais, um enunciado sempre é modulado pelo falante para o contexto social, histórico, cultural e ideológico para que dessa forma seja compreendido. Era todo também, pelo linguista, a instância, entre a pessoa, o espaço e o tempo, pois a consideração do contexto é essencial para a formação dos sentidos.

Vale enfatizar que para se observar um texto (é classificado texto tudo aquilo que tem como objetivo passar alguma mensagem, seja qual for o gênero ou forma), é necessário colocar em mente que não fazemos a interpretação dele, e sim analisamos a maneira de como o enunciador expressou suas ideias, de que jeito ele queria que o texto fosse entendido, que artifícios ele usou para produzir um sentido, o que ele gostaria de passar para o leitor.

A pesquisadora e professora brasileira, Eni Orlandi (2005) afirma que “o trabalho do analista não é interpreta-lo (texto), mas interpretar os resultados de sua análise”. Voltando para um conceito explanado anteriormente, o autor deve construir o texto objetivando elucidar o que ele deseja o que o leitor entenda. Por esse motivo, o analista precisa procurar

compreender a mensagem do emissor a partir de seu próprio entendimento, pois ele também é um leitor, o qual muitas vezes não está presente no ambiente o qual o discurso foi concebido.

## 2.0 METODOLOGIA

Nesta presente seção, apresentaremos a metodologia do trabalho, objetivando evidenciar a tipologia do projeto, baseando-se na teoria de alguns pesquisadores, nos instrumentos utilizados e no contexto o qual a pesquisa foi conduzida.

De acordo com o filósofo e professor Lino Rampazzo (2002), esta pesquisa é considerada uma pesquisa bibliográfica, porque não fizemos parte ativamente da construção do nosso objeto de coleta, o material já estava elaborado. Dessa forma, não podemos observar o fenômeno, somente pesquisa-lo em livros, artigos, fontes primárias etc. Rampazzo afirma que todos os tipos de pesquisa, em qualquer área, devem ter uma pesquisa bibliográfica, para a complementação da mesma.

Com base em Rampazzo (*op. cit.*):

A pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas (em livros, revistas etc.). Pode ser realizada independentemente ou como de outros tipos de pesquisa. (*op. cit.* p. 53).

Portanto, a investigação tem acontecido através de livros, artigos, e assim por diante. A primeira fonte de pesquisa são os estudos sobre a teoria AD, os seus aspectos e as suas singularidades. Em seguida, a própria propaganda intitulada “*Dinner*” (jantar), é o nosso objeto a ser investigado. Com esses aparatos, então a seleção dos aspectos relevantes para a interpretação da propaganda será feita, utilizando os pontos válidos para tal fim.

Dito isso, em seguida, iremos contextualizar o nosso objeto de estudo e após, analisar e interpreta-la sob essa perspectiva da AD, anteriormente estudada.

## 4. ANÁLISE DE DADOS

Na atual secção iremos desenvolver a análise do nosso OE, apresentando as particularidades da teoria AD que estão relacionadas com a propaganda. Isto posto, para melhor compreensão dos assuntos que serão dispostos nessa secção, ela será dividida em duas partes: (i) como surgiu a rede social, Facebook, e o que ela que representa para a sociedade da atualidade e (ii) a interpretação da propaganda baseando-se na teoria AD.

### 4.1 A Rede Social: O Facebook

Aqui discorreremos concisamente sobre o surgimento da rede social e a sua expansão, como ela ultrapassou o *status* de ferramenta de entretenimento para fazer parte da vida de milhões de pessoas no mundo todo.

A priori, a rede social *Facebook* foi criada por Mark Zuckerberg<sup>1</sup>, quando o mesmo tinha apenas 19 anos, e era estudante da Universidade de *Harvard*. Ele inventou, inicialmente, uma rede a qual apenas os estudantes que eram matriculados em sua universidade podiam acessar, ela se chamava inicialmente *thefacebook*. Só em 2006 ela passou a aceitar também estudantes secundaristas e funcionários de algumas empresas e desde então ela vem crescendo exponencialmente.

Além disso, o motivo de tanto sucesso, de acordo com o jornalista americano David Kirkpatrick (2011), é devido aos serviços que a rede disponibiliza para os usuários: você pode encontrar seus amigos distantes e conversar com eles através do *messenger* (um serviço de bate papo, o qual você pode enviar mensagens para os seus amigos, até mesmo quando eles estiverem *offline*), ver e postar fotos, vídeos, compartilhar links, páginas da internet etc. Como resultado disso, os utilizadores voltam a *logar* no site mais de uma vez por dia, e que, quando conectados, eles esquecem as horas e ignoram tudo ao redor. Ademais, maximizar esse “transe” era uma prioridade no desenvolvimento do Facebook e era levado em conta cada vez que uma nova função era adicionada à rede, lá no começo de tudo, ainda na Universidade de Harvard. Kirkpatrick (*op. cit.*), escreveu:

No verão, (Mark) Zuckerberg, (Dustin) Moskovitz e (Sean) Parker (fundadores da rede social) criaram um termo para a maneira como os

---

<sup>1</sup> Mark Zuckerberg: Fundador e Chefe Executivo do *Facebook*.



estudantes usavam o site [...]. Eles a chamavam de “o transe”. Uma vez que você começava a navegar pelo *thefacebook* [...], era muito fácil simplesmente continuar. “Era hipnótico”, dizia Parker, “você simplesmente ia clicando, clicando, clicando...”.

Diante desse fato, podemos afirmar que o efeito foi algo proposital, como sendo mais uma jogada de *marketing* da empresa, para que os seus usuários tenham a necessidade de sempre acessarem a citada rede. Por esse motivo, acredita-se que quando um usuário acessa a rede, entra em uma espécie de “transe”, o qual não é facilmente interrompido, e que impede a pessoa de dar “apenas uma olhadinha” na sua *timeline*, fazendo com que ele sempre encontre novas fontes de distração na rede.

Na versão atual do aplicativo, os usuários ainda contam com os mais diversos jogos, que também podem ser instalados em seus aparelhos móveis, sejam eles celulares ou *tablets*. Isso faz com que as pessoas possam se conectarem em qualquer lugar que estiverem, resultando em mais tempo logados à rede.

## 4.2 A Propaganda

Nessa secção irei descrever a campanha a qual estaremos estudando e em seguida quais aspectos da teoria da AD que podem serem aplicados ao nosso OE.

A princípio, na propaganda<sup>2</sup>, uma jovem está em um jantar de família e uma senhora que está ao seu lado direito, provavelmente uma tia, está falando continuamente sobre algum assunto o qual não interessa a jovem. Por esse motivo, ela pega o seu celular e acessa o aplicativo do *facebook*, onde ela começa a deslizar pela sua *timeline*, vendo fotos que os seus amigos compartilharam na rede social. Porém, cada atualização que ela vê no telefone, se torna a realidade a qual ela está vivendo, como quando ela curte uma foto de um baterista, e o mesmo começa a tocar como se estivesse realmente presente na mesma sala de jantar a qual a jovem se encontra.

Outro momento que pode ser observado no anúncio publicitário é quando ela observa a imagem a qual um grupo de amigos participam de uma luta com neve e na sala a qual ela se encontra, a neve começa a cair também (figura 2). No entanto, percebe-se que apenas ela está vivendo naquele “mundo virtual”, os demais estão de corpo e mente na sala de jantar.

---

<sup>2</sup> Link da propaganda “Dinner”: <https://www.youtube.com/watch?v=22LY8KbfgME>



**Figura 2**

Podemos claramente observar, a partir da imagem, que a expressão facial da jovem é diferente da dos demais que estão presentes no recinto, ela está se divertindo muito mais em seu celular do que com a família.

Qual terá sido o intuito do anúncio descrito acima? O que o emissor/enunciador queria que o receptor entendesse dessa mensagem?

A campanha em questão foi vinculada através da página da rede social em um site gratuito que hospeda vídeos, onde o público alvo, que são os usuários da rede, poderiam achá-la facilmente. E, de acordo com Mendes e Silva (2005), a A.D. considera, para a sua interpretação contextual, o meio e as condições as quais se produz a linguagem. Dessa maneira, o meio a qual a propaganda é disseminada deve ser ponderado, pois é a partir dele que o público alvo a qual a mensagem de destina, recebe-o ou não.

Além disso, o estudado vídeo faz parte de uma série de propagandas, todas com o mesmo objetivo principal, a divulgação do *Facebook Home*. Em uma dessas propagandas<sup>3</sup> um funcionário da empresa utiliza o aplicativo para abafar o som do seu chefe, Mark Zuckerberg falando. Num outro vídeo<sup>4</sup>, um passageiro se distrai com a rede social enquanto espera a decolagem do avião o qual ele se encontra. Ademais, o intuito superficial do emissor do vídeo foi mostrar aos usuários da rede social que possuísem *smartphones* que eles poderiam se deslocar para qualquer lugar tendo apenas um simples aparelho em mãos, ao utilizarem o novo serviço disponível.

<sup>3</sup> Link da propaganda “Funny Launch Day”: <https://www.youtube.com/watch?v=w6NXihycaqs>

<sup>4</sup> Link da propaganda “Airplane”: <https://www.youtube.com/watch?v=1R4eLfLESwo>

É válido citar que, na época em que o texto foi divulgado, foi bastante criticado, devido a mensagem que passava para os receptores. A principal crítica era sobre de como o *facebook* estava incentivando o uso de celulares na hora das refeições. Outra crítica questionava se o emissor gostaria que nos tornássemos mal educados e alheios aos acontecimentos do nosso meio, ignorando as pessoas ao nosso redor no mundo real.

Diante disso, ao observamos a propaganda sob o olhar da AD, podemos identificar como o modo de dizer está diretamente ligado com a ideia que o enunciador quer passar com o texto. Nesse caso, o plano de fundo foi um jantar de família maçante, em que uma garota presente na mesa, achou muito mais interessante ficar no celular do que ouvir e interagir com as pessoas que estavam no mesmo recinto o qual ela se encontrava.

No mais, ao ignoramos parcialmente o explícito, podemos abrir discursão para o implícito. A partir da teoria AD, entendemos como implícito, aquilo que está presente, mas não foi dito ou mostrado abertamente. No comercial, por exemplo, percebemos que há uma mensagem não-dita: “Fique no *Facebook*, o mundo virtual é mais legal do que o real”. Este pode ser considerado um fator implícito por que em nenhum momento do vídeo, as palavras são proferidas, mas a ideia se encontra presente e pode ser compreendida devido a forma de como o enunciador teceu as ideias explanadas na propaganda.

Todavia, podemos obter outras interpretações a partir desse vídeo. Primeiramente, o texto o qual estamos estudando relata um problema muito comum em nossa sociedade moderna, onde as pessoas estão deixando de desfrutarem dos aspectos que a realidade que elas estão inseridas, para viverem em um mundo virtual, prejudicando assim, muitas vezes, a própria interação humana face a face. Quem nunca passou horas no *Facebook* e esqueceu-se do tempo? De fazer algo importante, ou até mesmo de sair? A campanha publicitária sugere, aparentemente, que o usuário saia de um mundo real para viverem plugados no mundo virtual, mais divertido e acessível.

Indo mais além, podemos perceber mais um aspecto da A.D. no anúncio: a ideologia arraigada. A ideologia, que gera o discurso o qual afirma que se estamos na era digital, devemos viver, respirar a tecnologia e os seus benefícios; quem não tem uma rede social não está adaptado as mudanças que estão ocorrendo e nem por “dentro” das últimas novidades etc. O discurso nesse caso é ideológico, já que o enunciador acredita nessa ideia.

Também é importante dizer que a ideologia está fortemente ligada à história. Nesse caso, não se pode ignorar a historicidade implícita nesse comercial, já que o que ocorre no mesmo está ocorrendo com o mundo atualmente. Não poderíamos, por exemplo, fazer essa

análise no passado, visto que a ideia de “mundo virtual” é algo novo e moderno. Fernandes (2007) diz que “a ideologia materializa-se no discurso que, por sua vez, é materializado pela linguagem em forma de texto”. Assim como Orlandi (1999) afirma que “a língua(gem) se insere na história para a produção de sentidos.”

Chauí (1980 *apud* BRANDÃO 1986) fala que o discurso “é um instrumento de dominação de classe por que faz com que suas ideias passem a ser ideias de todos”. Ver-se, então, a partir do contexto o qual estamos vivendo de como verdadeira é esta afirmação, que está complementando a fala dos filósofos Karl Marx e Friedrich Engels (1998) “As ideias dominantes de uma época sempre foram as ideias da classe dominante”. Isso acontece por que essa classe dominante tem à disposição os meios para que suas ideias possam ser difundidas. Assim, as ideias dominantes são a expressão ideal das relações materiais dominantes. Mesmo nos dias atuais, com toda a facilidade que existe, nem todos ainda possuem acesso à internet, então, essa concepção ainda estar em vigor.

Ademias, é importante ressaltar que a realidade histórica em que o sujeito está inserido é um fundamental aspecto a ser observado. O sujeito, de acordo com a teoria AD, é heterogêneo, dado que vivem em um meio o qual cada ser possui a sua singularidade, e coletivo visto que há outras vozes por trás desse sentido.

Por fim, compreendemos que ao fazermos um estudo sob a perspectiva da teoria da Análise do Discurso nós temos a intenção de interpretar o texto e sim descobri o que levou o enunciador a tal resultado. E que por muitas vezes dessa forma, encontramos algo implícito dentro do próprio texto (que pode ser, ou não, verbal).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo apresentado é resultante da seguinte pergunta de pesquisa: Como podemos utilizar a teoria AD para investigar os aspectos de um anúncio publicitário? Partindo desse questionamento, tivemos como objetivo principal analisar as particularidades de um anúncio publicitário de uma famosa rede social considerando os pressupostos da teoria AD.

Em referimento ao primeiro questionamento, fomos capazes de comprovar, a partir da nossa observação e interpretação do nosso objeto de pesquisa, que sim, é possível descobrir a ideologia arraigada na enunciação dos discursos utilizando os conceitos da AD.

Primeiro, é importante enfatizar que conhecer o contexto o qual a propaganda foi criada, em qual meio ela foi difundida e qual era o seu principal objetivo foi essencial para entender os seus pormenores. O anúncio em questão foi elaborado com o intuito de apresentar aos usuários que o *Facebook* agora teria uma versão que poderia ser acessada em celulares, ou seja, o acesso a rede poderia ocorrer em qualquer lugar, sem precisar, necessariamente, de um computador ou notebook.

Ademais, comprovamos que a interpretação sob o ponto de vista das Análise do Discurso conduz o leitor a uma leitura diferente, visto que a ideologia do autor é evidenciada pela escolha dos discursos para a construção das ideias.

A partir da leitura do livro “O Efeito Facebook”, pudemos conhecer mais como surgiu esse, hoje, fenômeno mundial entre as pessoas de todas as idades e essa observação também nos fez conhecer sobre o efeito transe que a rede social possui sobre os seus usuários. Então, conclui-se que para que os utilizadores passassem mais tempo logados, era necessário um *update*, uma novidade que os permitissem acessar sua conta nos mais diversos lugares a partir do telefone móvel.

Voltando a AD, vemos que é partindo das concepções da campanha que o discurso, a própria enunciação é construída, quando por exemplo, utiliza-se uma pessoa no papel da “tia chata que fala demais” tentando chamar mais a atenção da garota do que o próprio celular dela. Assim, contemplamos que o enunciador quis mostrar ao leitor que a vida *online* é mais divertida, e um desses motivos remete ao fato de que ela você pode controlar: se algo não te diverte mais, feche a página e procure algo que te interesse.

Outro fator notável é a nossa percepção da interação com as pessoas ao redor, a interação com o convívio o qual está inserido. Quando se estar conectado e concentrado

naquilo, nada mais exterior importa, toda a atenção volta-se para o aparelho em mãos. Além do mais, esses são fenômenos que conseguimos observar em qualquer lugar público que vamos, sejam em escolas, restaurantes, shoppings, etc., as pessoas deixaram de se concentrarem na interação face a face para interagirem com pessoas não fisicamente presentes através de seus aparelhos.

Como consequência disso, o convívio social dos seres humanos foi afetado, pois temos a percepção de que as pessoas não se importam mais em conversar umas com as outras, olhar para a tela preta já basta. Uma frase atribuída ao físico Albert Einstein nos remete a esse assunto: “Eu temo o dia em que a tecnologia ultrapassar a interatividade humana. O mundo terá uma geração de idiotas.”. Será que não estamos deixando momentos realmente importantes passarem enquanto estamos olhando fixamente para as telas de nossos *smartphones*? E o que isso nos torna?

Para finalizarmos este trabalho, através dele comprovamos que é possível sim interpretamos uma propaganda baseando-se nos aspectos do postulado da AD e que a partir disso conseguimos uma gama de interpretações, visto que o foco não é tão “visualmente fácil” de se encontrar, pois precisa, além do conhecimento da teoria, saber também o contexto da campanha que será o objeto de estudo.

## RESUMEN

El lenguaje es un aspecto fundamental, esencial y presente en el contexto social del hombre y fue a través de ella que los seres humanos obtuvieron también grandes avances históricos, pues sólo fuimos capaces de saber cómo nuestros antepasados vivieron al traducir el lenguaje que ellos utilizaban. Así, algo de tal valía no podía dejar de aguzar la curiosidad de algunos estudiosos, como por ejemplo, el filósofo suizo Ferdinand de Saussure, entre otros. Sin embargo, no todos los investigadores de esa área concordaban con los preceptos de Saussure, rompiendo sus preceptos, Mikhail Bakhtin fue uno de ellos. El citado estudioso ruso, se conoció como el filósofo del diálogo, después de la formulación de la teoría del Análisis de Discurso (AD). Los fundamentos de la AD tienen como objetivo analizar aspectos obtusos en los discursos construidos para la creación de los sentidos, del enunciado, no relevando los análisis de la sintaxis y morfológica. Ante los hechos expuestos, ese trabajo tiene como objetivo interpretar un anuncio publicitario de una famosa red social desde el punto de vista de la AD. A este fin, nos basamos en los estudios de Foucault (1987), Benveniste (1991), Bakhtin (1992) y Orlandi (2005) en lo que se refiere la teoría AD.

**Palabras-Claves:** El lenguaje, Lingüística, Análisis del Discurso, De propaganda.

**REFERÊNCIAS**

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 6ª. Ed. São Paulo: Hucitec. 1992

BENVENISTE, E. **Problemas de Linguística Geral I**. 4ª ed. Campinas: Pontes, 1995.

BRANDÃO, H. H. N. **Introdução à Análise do Discurso**. 5ª. ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP. 1986

CARVALHO, Castelar de. **Para Compreender Saussure**. 13ª Edição. Petrópolis: Editora Vozes. 2003

FERNANDES, Claudemar Alves. **Análise do Discurso: Reflexões Introdutórias**. Editora Claraluz. 2ª Edição. 2007.

KIRKPATRICK, David. **O Efeito do Facebook**. Os Bastidores da História da Empresa que Conecta o Mundo. Editora Intrínseca. 1ª edição. 2011.

MARTINET, André. **Elementos De Linguística Geral**. Lisboa: Martins Fontes. 8ª edição. 1978.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e Texto**. Formulação e Circulação dos Sentidos. Editora Pontes. 2ª Edição. Campinas, SP. 2005.

MARX, K. e ENGELS, F. **Manifesto Comunista**. São Paulo. Boitempo Editorial, 1998, p. 39-69

MENDES E SILVA, M. A. S. **Sobre a Análise de Discurso**. Revista de Psicologia da UNESP, 4(1), 2005, p. 16-40

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia Científica**: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

VÍDEO: **Facebook Home: Dinner.** URL: <https://www.youtube.com/watch?v=22LY8KbfgME>. Acesso em 09 de abril de 2016.