

**AS PROPAGANDAS ESCRITAS NOS SÉCULOS XIX E XXI:
UMA ANÁLISE
A PARTIR DA HISTORIOGRAFIA LINGUÍSTICA**

Taís Turaça Arantes (UEMS)

taistania@gmail.com

Nataniel dos Santos Gomes (UEMS)

natanielgomes@uol.com.br

RESUMO

O *Almanack Corumbaense* se apresenta como um rico material para a linguística. Em consequência disso, serve de base para pesquisas na área de historiografia linguística. Datado entre 1889 e 1899, ele retrata uma época de uma cidade no estado de Mato Grosso, ou seja, uma representação da vida comercial e industrial da cidade de Corumbá como também do próprio cotidiano dos moradores. Sendo assim, o presente trabalho se pauta na relevância de compreender as questões das propagandas da época do *Almanack*, visto que eram repletas de textos em contraponto com as propagandas atuais que trazem muitas imagens e pouco texto.

Palavras-chave:

Propaganda. Escrita. Historiografia. Linguística. Almanack Corumbaense.

1. Introdução

Para tanto, dividiu-se o trabalho em quatro tópicos, sendo que o primeiro terá uma abordagem da historiografia linguística, uma vez que observamos a evolução da língua nas propagandas, bem como a linguagem utilizada nas propagandas. Na sequência, uma abordagem sobre as etapas de Koerner. Posteriormente uma apresentação do *Almanack Corumbaense*, para se conhecer o contexto do mesmo e, por fim, a análise de duas propagandas.

2. A historiografia linguística

A linguística é a ciência que estuda a língua, desde do modo diacrônico e sincrônico. Ela estuda ela na comunidade de fala, suas variações, os enunciados, entre outros estudos. Sendo assim:

A historiografia linguística surgiu como disciplina na década de 70 e a sua origem é francesa e estava ligada à história, que é uma ciência. Em nosso país o surgimento da historiografia linguística como disciplina foi na década de 90 e tem como representantes na área a Professora Dra. Maria Cristina Salles Al-

tman da USP e o Prof. Dr. Marcelo Luna de Freitas da UNIVALI. É necessário explicar que a historiografia linguística não deseja ater-se somente aos conhecimentos linguísticos como uma situação acabada, mas sim, aos diferentes fatores que contribuíram para o saber linguístico por meio de um processo histórico. A historiografia linguística busca retomar os acontecimentos mais importantes do passado linguístico. (GODOY, 2009, p. 183)

Com isso, entendemos que a historiografia linguística trabalha com o processo evolutivo histórico da língua, bem como de forma estática, em um determinado período. São trabalhadas de uma forma bem entrelaçada e harmônica duas áreas, constituídas de dados históricos e linguísticos.

O termo historiografia linguística traz consigo a noção de entrelaçamento entre elementos históricos e linguísticos para fins de alcançar o objetivo da disciplina. Esse, de fato, é um ponto inquestionável quando se trata de historiografia linguística, ou seja, devem-se trabalhar essas duas áreas de conhecimento de forma harmônica. Assim, tanto o historiador quanto o historiógrafo são peças fundamentais para uma pesquisa de qualidade. (MATA; GOMES, 2013, p. 03)

Chegamos então ao entendimento de que para a historiografia linguística fazer algum sentido ela tem que estar relacionada com outras áreas, ter o seu objeto. No caso do trabalho elaborado, foi um abordagem das propagandas existente nos *Almanack Corumbaense*.

Visto que ele é um rico material, escrito ainda quando o estado era um só, ou seja, antes de existir o estado de Mato Grosso e o de Mato Grosso do Sul. Isso nos fez atentar a própria história do local em que o Almanack foi escrito.

A historiografia linguística somente adquire sentido se relacionada com outras áreas do saber.

Dessa forma, verifica-se que esta corrente surge, lançando um outro olhar para os acontecimentos históricos, tendo como objeto de estudo, documentos escritos que expõem a evolução da língua no decorrer do tempo, ou em um dado recorte histórico. (IWASSA, 2012, p. 02)

No próximo tópico iremos falar do método de Koerner.

3. O método de Koerner

Os princípios metodológicos que norteiam a historiografia linguística são de Konrad Koerner. Em suas diferentes manifestações, o método de Koerner é dividido em três, que são: contextualização, imanência e adequação.

Sendo que a década de 80 foi um período em que as discussões estavam buscando princípios e procedimentos para estabelecer-se as pesquisas dessa corrente. Ou seja, toda e qualquer teoria necessita de uma metodologia, porém, a historiografia linguística carrega uma problemática ao delimitar o seu espaço, devido a diversidade de ciências que se cruzam sobre a mesma. (IWASSA, 2012, p. 02).

Por isso Koerner estabeleceu essas três etapas com a historiografia linguística, que muito contribuíram para os estudos dessa corrente de pesquisa.

O método de contextualização que o objeto de pesquisa está inserindo-se. Permitindo dessa forma que o pesquisador situe a história, ou seja, o que aconteceu antes, no momento e depois da escrita e registro do documento. “O primeiro princípio [...] diz respeito ao estabelecimento do ‘clima de opinião’ geral do período em que as teorias se desenvolveram” (KOERNER, 1996, p. 60).

O segundo é a imanência, que se pauta na busca da língua em documentos históricos. “[...] o próximo passo consiste no esforço de estabelecer um entendimento completo, tanto histórico quanto crítico [...]” (KOERNER, 1996, p. 60). Esse princípio consiste “na análise do quadro linguístico da época, verificando a terminologia adotada e assim, compreender a língua e a sua estrutura interna.” (IWASSA, 2012, p. 05). O terceiro, e não menos importante, é o da adequação que “consiste na adequação. Esta abordagem segue ainda na perspectiva interna da língua, assim de forma complementar.” (IWASSA, 2012, p. 06) Em suma, esse princípio ainda continua ainda na perspectiva interna da língua, buscando assim uma aproximação ou distanciamento de tempo e cultura num dado recorte.

4. Sobre o Almanack Corumbaense

Antes de analisarmos as propagandas presentes no *Almanack Corumbaense*, veremos o contexto em que o mesmo foi escrito. Para tanto Souza explica:

O *Almanack Corumbaense* datado de 1898, é uma publicação elaborada com a finalidade de fornecer informações e propaganda das riquezas naturais do Estado de Mato Grosso, em particular da cidade de Corumbá. Em que Ricardo D’Elia, assume ser um futuro candidato ao governo do Estado. Ao que parece ele não obteve sucesso. (SOUZA, 2013, p. 35)

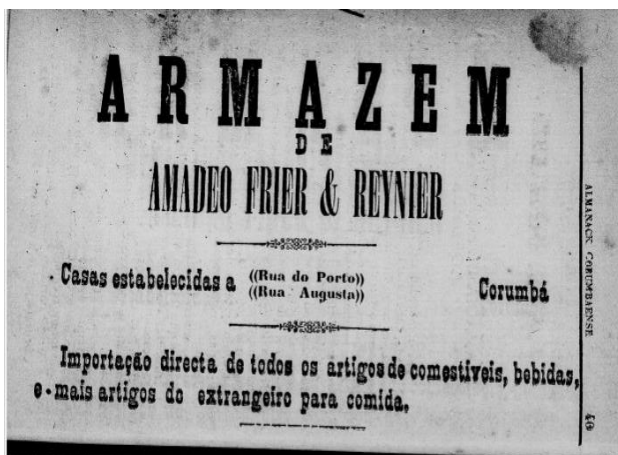
Durante a leitura do *Almanack* foi possível notar, através das propagandas dos remédios que Ricardo D'Elia era um farmacêutico. Ainda sobre a contextualização, é preciso lembrar que o estado foi dividido em 1977, ou seja, quando o *Almanack* foi publicado ainda era o estado de Mato Grosso e sua capital Cuiabá. Lembrando que antes tinha acontecido a Guerra do Paraguai.

Com a leitura acerca do objeto de estudo também percebeu-se que é um documento histórico que guarda as riquezas de todo uma época. Sendo assim:

Ao estudar e analisar o conteúdo do referido almanaque, percebeu-se que se trata também de uma obra com conteúdo histórico que caracteriza aquele período e costumes da sociedade local. É como realizar uma viagem no tempo e no espaço, pois é possível vislumbrar uma cidade em um tempo no seu auge de comércio, tendo o porto e suas redondezas como ponto de grandes transações financeiras. (SOUZA, 2013, p. 36)

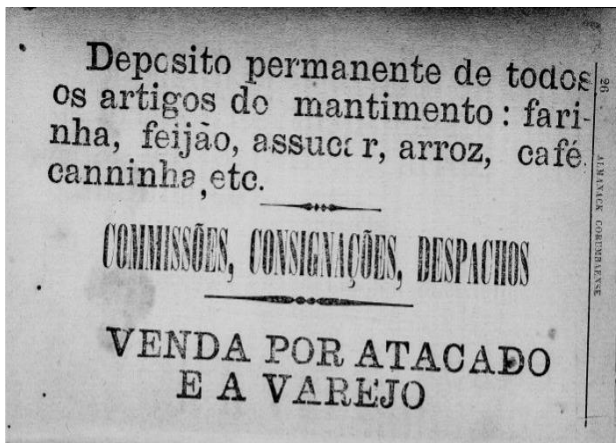
Essa contextualização da época é importante quando se vai analisar as propagandas, pois vimos que assim como a linguagem a forma como a mesma era trabalhada mudou ao longo do tempo.

5. *As propagandas no século XIX e XXI*



As propagandas presentes no *Almanack* não são como as atuais, naquela época o público era outro e a sociedade era regida por outro modo de vida. É preciso fazer essa comparação, para entender porque anti-

gamente existia muito texto em anúncios e propagandas, e pouca ou nenhuma imagem, em vista de hoje, que se tem pouco texto ou apenas uma frase e muita imagem.



O mundo não é mais o mesmo; as transformações tecnológicas e os avanços no campo da comunicação processaram mudanças muito mais profundas do que poderíamos imaginar. Não é só o mundo que mudou, o homem mudou, não é mais o mesmo ser de um século atrás. (TARSITANO, 2008, p. 178)

As propagandas expostas aqui estão sem imagens, compostas apenas por textos. Com o tempo as propagandas passaram por mudanças, e hoje elas são telegráficas e imagéticas, ou seja, a propaganda antes de tudo se baseia em uma linguagem de persuasão.

O consumismo aumentou com o passar do tempo, e junto com ele a gama de produtos e estabelecimentos que oferecem sempre o melhor produto junto com a melhor vantagem do pagamento. O que se diz é que é necessário “fiscar” os consumidores.

Em um mundo de produtos cada vez mais semelhantes, a propaganda é o recurso de maior eficácia, do qual o anunciante pode fazer uso para prevalecer em relação aos seus concorrentes [...] Por essas razões, ninguém pode dar-se ao luxo de fazer propaganda que não funcione, sob o risco de estar desperdiçando dinheiro e, pior ainda, comprometendo a realização dos seus objetivos de negócios. (RIBEIRO; EUSTACHIO, 2003, p. 17-18)

Com isso, além da grande contribuição que o *Almanack Corumbense* contribui para a pesquisa do processo evolutivo da língua, também contribui para se observar os costumes de uma época, estudar os fa-

tos históricos e, no caso do presente artigo, observar o processo de mudança das propagandas.

6. Conclusão

As propagandas tendem a mudar de acordo com o tempo e o seu público. O que aconteceu é que durante esse processo de mudança de público, também alterou-se a forma de elaborar as propagandas. Pois “o que gera eficiência em um anúncio é o teor de interesse que possui para seu público-alvo. [...] a propaganda, além de informar e promover uma marca ou um produto, tem a obrigação de entreter. É preciso ser interessante.” (RIBEIRO; EUSTACHIO, 2003, p. 32)

Com isso observamos o que aconteceu com as propagandas em revistas, por exemplo, onde temos apenas uma frase e uma imagem que chega a ocupar duas folhas. Essas propagandas vão desde produtos de maquiagem até programas do Governo Federal. Os leitores/consumidores ficam mais seduzidos por esse tipo de propaganda, pois ela é muito rápida de ser compreendida, ou seja, não se precisa parar e ler o que cada empresa pretende oferecer.

Logo, o *Almanack Corumbaense* serviu como uma rica fonte, pois a partir dele se reconstituiu um costume de um período e observar além dessa evolução nos mecanismos das propagandas, observou-se o processo evolutivo da língua portuguesa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GODOY, Elina Vieira. Historiografia linguística: um percurso histórico linguístico. *Revista Múltiplas Leituras*, v.2, n.2, p. 177-188, jul./dez. 2009. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/ML/article/viewFile/1447/1472>> Acesso em: 15-11-2013.

IWASSA, Hiroco Luiza Fujii; ALMEIDA, Miguel Eugenio. Princípios metodológicos da historiografia linguística: uma abordagem em Koerner (1996). *Revista Ave Palavra*, v. 1, n. 14, p. 01-08, jul./dez. 2012. Disponível em:

<<http://www2.unemat.br/avepalavra/EDICOES/14/14.htm>>. Acesso em: 23-11-2013.

KOERNER, Konrad. Questões que persistem em historiografia linguística. *Revista ANPOLL*, nº 2, p. 45-70, 1996. Disponível em: <<http://www.anpoll.org.br/revista/index.php/revista/article/view/240/253>>.

MATA, Priscila Figueiredo da; GOMES, Nataniel dos Santos. Historiografia linguística na fase jesuítica e segundo reinado. *Revista Ave Palavra*, v. 1, n. 16, p. 01-20, jul./dez. 2013. Disponível em: <<http://www2.unemat.br/avepalavra/atuual/artigos/priscilanat.pdf>>. Acesso em: 26-11-2013.

RIBEIRO, Júlio; EUSTACHIO, José. *Entenda Propaganda: 101 Perguntas e respostas sobre como usar poder da propaganda para gerar negócios*. São Paulo: SENAC, 2003.

SOUZA, Fabiana Ferreira de. *A ortografia em Almanack Corumbaense: uma perspectiva da historiografia na língua portuguesa*. Campo Grande: UEMS, 2013. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/179552639/A-Ortografia-Em-Almanack-Corumbaense>>. Acesso em: 20-11-2013.

TARSITANO, Paulo Rogério. Publicidade brasileira: mudanças para continuar sendo forte. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, vol. 1, n. 8-9, p. 176-189, jan./dez.2008. Disponível em: <http://www.alaic.net/portal/revista/r8-9/art_10.pdf>. Acesso em: 25-11-2013.