

## LÉXICO E SEMÂNTICA

### CULTURA PARTILHADA E PUBLICIDADE USOS LEXICAIS NO DISCURSO PUBLICITÁRIO

*Nelly Carvalho (UFPE)*

[nellycar@terra.com.br](mailto:nellycar@terra.com.br)

#### CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A língua, não tendo função em si, existe para expressar a cultura e possibilitar que a informação circule. Ela corporifica as demais interpretações culturais, como as letras nas músicas, a oração na religião, a descrição e a especificação na moda, a receita na culinária, o título nas obras de arte.

A cultura é transmitida pela língua, sendo também seu resultado, o meio para operar e a condição da subsistência dessa cultura. O discurso publicitário é também matizado pela cultura em que está inserido, seja no vocabulário escolhido, seja nas imagens selecionadas.

A competência do discurso publicitário e a sua eficácia vão depender da forma como representa a cultura em que está inserido, permitindo estabelecer uma relação pessoal com a realidade próxima. A presença de índices carregados de cultura partilhada pela comunidade aumenta o poder de persuasão e sedução da mensagem veiculada, pois apela para valores que circulam e são aceitos, sendo entendidos facilmente. Na publicidade brasileira, podemos observar que, enquanto algumas mensagens dirigem-se a um público-alvo nacional, outras são construídas visando a um público-alvo mais específico, regional.

#### FUNDAMENTOS LINGÜÍSTICOS

Língua e cultura formam um todo indissociável e, no caso da língua e da cultura maternas, esse todo não é ensinado em nenhum lugar especial, mas adquirido ao sabor dos acontecimentos cotidianos. Ele identifica os indivíduos como participantes de uma coletividade e serve de denominador comum para o convívio social.

No caso da língua portuguesa – falada no Brasil e em Portugal, consistindo em duas vertentes de uma mesma língua – veiculam-

## *Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos*

se culturas que, embora tenham raízes comuns, diversificaram-se ao longo da história.

Os componentes de uma língua são de ordem fonológica, sintática, e semântico-lexical

Todos estes sofrem diferenciações quando submetidos à influência diversas e são observadas na pronúncia, nas escolhas sintáticas, nas alterações de sentido, nas escolhas do termo, em vertentes diferentes de uma mesma língua.

É contudo o componente semântico-lexical que revela com maior clareza as divergências entre os usos por diferentes comunidades lingüísticas. O léxico, nomeando as realidade extra-lingüísticas vai permitir compreender conceitos abstratos e nomear diferentes ocorrências da vida cotidiana.

As diferenças entre nações que têm em comum a língua materna, no caso, Brasil e Portugal, são um tipo particular de fronteira cultural: a identidade é percebida pelo que se é (explícito) e pelo que não se é ( implícito).

Um saber comum é constituído de uma rede de forças. O principio de exclusão dos não-iniciados naquele saber partilhado é decisivo para o sentido que tomam os signos: é o que acontece em toda a comunidade cultural, seja qual for a sua extensão.

O jogo é sempre o mesmo: no momento da comunicação, entender um signo é construir uma linha de demarcação entre os que compartilham o sentido evocado e os que ficam excluídos. O implícito (cultural) desempenha um papel decisivo, impondo uma fronteira eficaz e discreta entre os que compreendem e os que não compreendem o sentido total da mensagem. A fronteira cultural não é apenas a das nações, nem sequer a da língua: pode ser regional e ata mesmo grupal.

A aquisição da competência cultural (na própria cultura) não faz parte de uma escolha possível: ela é vivida como uma ligação imediata e única com o mundo. Os fatos são interpretados, mediados por uma aprendizagem e percebidos como expressão de uma evidência indiscutível. A realidade não se apresenta da mesma forma em todas as culturas: ela é uma construção elaborada por meio da

## LÉXICO E SEMÂNTICA

experiência pragmática do mundo, sem que se perceba sua relatividade, isto é, sem que se considere a existência de outras formas de viver e de interpretar a realidade objetiva. As próprias mudanças culturais acontecem de forma imperceptível: uma comunidade não percebe as mutações a não ser quando se instalam definitivamente.

O processo de socialização introduz o indivíduo numa construção arbitrária do mundo, coerente mas não universal. O indivíduo (ou a sociedade), contudo, pretende alcançar essa universalidade em relação à sua cultura. Bastante ilustrativo é o caso da cultura ocidental européia, que nos primeiros contatos com os povos dos continentes recém-descobertos, na época das grandes navegações, tentou fazer de suas iniciativas culturais um parâmetro universal. Os portugueses diziam que os índios não tinham fé, nem lei, nem rei, porque além de não serem valores na cultura tupi, eles não sabiam pronunciar os fonemas, F, L, R, por não integrarem a fonética de sua língua.

## PALAVRA E CONCEITO

A palavra analisa e objetiva o pensamento individual, tendo também um valor coletivo, pois há uma sociedade própria da língua. A palavra permite ao conceito ultrapassar o estágio individual e afetivo: ela racionaliza, classifica, distingue e generaliza o pensamento, tornando-o abstrato.

Resultante de uma evolução histórica, a língua ordena e classifica os signos de acordo com seu próprio sistema classificatório semântico e formal.

O vocabulário, símbolo verbal da cultura, “perpetua a herança cultural através dos signos verbais” e faz a ponte entre o mundo da linguagem e o mundo objetivo. Não é estático, como a realidade objetiva em que se espelha; ele evolui e se adapta, constituindo sempre um portador apropriado de significações, valores e cargas novas que a realidade gera e a palavra transmite. Essas cargas novas são responsáveis pelo surgimento constante e inevitável de neologismos, pela adoção de empréstimos, pela arcaização de termos, pela mudança de significados, como forma de adaptação da língua à evolução do mundo. Ao permitir a comunicação interpessoal, a língua favorece as representações e atitudes coletivas, produzindo a cultura. O jogo de

## *Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos*

simbiose no qual funcionam língua e cultura faz com que sejam o reflexo recíproco e obrigatório uma da outra.

Palavras são emblemas culturais, símbolos com significados sociais, que conservam a experiência da atividade humana.

O estudo de palavras, nas quais o componente cultural manifesta-se com mais intensidade, pode ser o fio condutor para o conhecimento de uma comunidade. Esse componente cultural é denominado, por Galisson, “carga cultural partilhada” e permite identificar o falante na condição de “indivíduo coletivo”, um conceito que distingue e esclarece mecanismos sociais, culturais e lingüísticos, facilitando o estudo do comportamento humano.

Um dos elementos (talvez o mais forte) de identificação coletiva é a língua materna, que, associada à cultura, permite a intercompreensão. Isolada da cultura de origem, porém, e inserida em comunidades diferentes, a língua materna vai recebendo marcas dessa nova cultura e formando vertentes que se afastam sobretudo no aspecto lexical, aquele que nomeia a realidade. As palavras passam a receber uma carga conotativa cultural diferente da anterior. A cultura na qual a língua se insere desempenha um papel de grande importância, sendo uma “cultura transversal”, que pertence à comunidade como um todo e não deve ser confundida com a cultura erudita.

A língua, como já vimos, é sempre carregada de cultura em todos os níveis (fonológico, morfológico, sintático e lexical e até mesmo nos gestos e na mímica que reforçam a mensagem). Mas é o vocabulário que carrega consigo a maior carga cultural, a cultura comportamental comum. Não há, contudo, uma carga cultural uniforme.

O acervo lexical é formado por unidades estáveis e privilegiadas para os conteúdos de cultura que neles aderem, anexando-lhes outra dimensão à dimensão originária. Palavras como *eagle* (águia) ou *king* (rei) têm o mesmo referente em inglês e português, mas cargas culturais diversas.

Nas duas vertentes do português (Portugal e Brasil), isso é óbvio em palavras como *rapariga* e *bicha*. Há palavras quase neutras e outras bastante marcadas pelos usos sociais. São inúmeros os exemplos de palavra que cristalizam uma carga cultural diferenciada.

## LÉXICO E SEMÂNTICA

Galisson, lingüista francês que estudou o tema, criou um esquema bastante elucidativo para explicar o significado acrescido da carga cultural.

Como dentro do próprio Brasil existem as diferenças dialetais entre regiões, decorrentes de condições e épocas de implantação da língua portuguesa e de sua imposição como língua veicular, este esquema pode revelar diferenças de uso. (Transparência do esquema de Galisson)

### ZONAS DIALETAIS BRASILEIRAS

Para entendermos essa carga cultural das palavras no português do Brasil, faz-se necessário conhecer, em linhas gerais, as zonas dialetais brasileiras.

Segundo Antenor Nascentes em *O Linguajar Carioca*, o falar brasileiro, apesar de sua relativa uniformidade, apresenta variações bem características: a enorme extensão territorial, sem fáceis comunicações interiores quebrou a unidade do língua transplantada, fragmentando-o em subdialetos, contribuindo para isso o modo diferente de povoações das diversas regiões. Vinda da Europa, a língua e a cultura implantaram-se no litoral, formando dois focos de irradiação : São Paulo e Pernambuco. Seguem-se depois, na ordem, a Bahia, o Maranhão e o Rio de Janeiro.

São Paulo levou ambas, língua e cultura, a Minas, Goiás, Mato Grosso. Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. A Pernambuco coube o papel de divulgá-las na margem esquerda do rio São Francisco que serviu como divisor de falares: em Alagoas, Paraíba, Rio Grande do Norte e Ceará, que as levou ao Acre.

A Bahia influenciou a margem direita do *velho Chico*: Sergipe e Espírito Santo. O Maranhão divulgou a língua na Amazônia e ao Rio de Janeiro, capital da colônia desde 1763, se vincula a colonização do estado do Rio. Esta variante, por ter se tornado a língua da corte com a Transmigração da Família Real, em 1808, foi considerada, a partir de então o modelo da língua falada no Brasil.

Antenor Nascente considerou o dialeto brasileiro dividido em duas zonas norte e sul, que por sua vez se subdividem em subfalares.

## *Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos*

No Norte, o amazônico e o nordestino. No sul: o Baiano, o fluminense, o mineiro e o sulista. Mas, apesar da força homogeneizadora dos meios de transporte modernos e mais ainda dos meios de comunicação, em cada um desses subfalares, nos vários estados, vão-se criando características próprias no léxico, na fonética e nos torneios sintáticos.

Mas, como isso pode interessar ao publicitário e pode influenciar o mercado?

### DIFERENÇAS LEXICAIS

*Algeo* criou uma tipologia mais minuciosa para analisar as diferenças lexicais entre o inglês britânico e o americano. Ele considera duas formas de estabelecer a tipologia de diferenças lexicais interdialetais: partindo da palavra ou partindo do referente. Utilizando seu esquema para estudar as diferenças regionais, teremos:

#### ***Uma única forma e um único referente***

1. Referente correspondente na língua comum – É a classe que não envolve diferença entre variedades.
2. Lacuna referencial ou referente sem correspondente em uma das variedades: *cantoria* (desafio de violeiros) – *maracatu-frevo*
3. Lacuna lexical ou termo sem correspondente: *peba*, *gaitada*
4. Lacuna cultural representa hábitos inexistentes e sem correspondência na outra cultura: *lapinha*, *pitoco*, *cotoco*.

#### ***Formas múltiplas e um único referente***

1. Sinônimos – *cachaça/pinga*.
2. Termos equivalentes – Sinônimos interdialetais: *bigu/carona*; *kombeiro/perueiro*
3. Sinônimos em apenas uma das variedades: *capiongo/tristonho*; *Aperriado/preocupado*

#### ***Forma única e referentes múltiplos***

1. Polissemia

## LÉXICO E SEMÂNTICA

2. Polissemia interdialetoal: *tampa*

Uma forma única pode denotar três ou mais referentes: *trouxa*

2. Termos mais ou menos equivalentes – *Diadema/tiara; calção/maiô*

4. Termos Nos Quais Uma Forma Geral É Semanticamente Restrita Em Outra Variedade Pernambucana, Pronto

### *Múltiplas formas e múltiplos referentes*

1. Termos intercambiáveis – São aqueles que, embora usados nas duas variedades, não cabem exatamente nos mesmos contextos lingüísticos, como ocorre com *bravo/brabo, Sutiã/califon/corpinho*

### *Múltiplas formas e múltiplos referentes (homonímia)*

1. Homonímia.

2. Homonímia interdialetoal usado em área restrita; *Manga*, fruta; *Manga*, verbo (só no Nordeste significa zombar).

3. Analogia – Importante relação para comparações interculturais, a analogia é o oposto da homonímia. Análogos são objetos que diferem entre si e têm nomes diversos, mas preenchem posições parecidas em diferentes sistemas. *boyzinho/mauricinho- patricinha/boyzinha*.

4. Analogia interdialetoal – Diferenças culturais levam a diferenças lingüísticas e constituem a causa mais significativa das variações dialetais. Ex: *mandioca/aipim/macaxeira; laranja cravo, bergamota, tangerina*. Os alimentos, aliás, são um dos maiores responsáveis pelas variações interdialetais, porque as coisas que eles nomeiam nas duas culturas são similares mas não iguais.

As dificuldades para estabelecer correspondências lexicais são, resumidamente, as seguintes:

- Demarcar os limites do significado das palavras.
- Considerar a diferença entre o vocabulário passivo e o ativo, que mascara as dificuldades.
- Perceber que a frequência modifica a questão de uso.

## *Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos*

Vimos, nas tipologias acima, como são sutis as distinções entre as zonas dialetais e como são delicadas as relações semânticas que limitam os campos dialetais. Essas classificações orientam a análise, mas dada à limitação do objeto de estudo – os usos do discurso publicitário, observados em jornais, revista e outdoors, no início de 2003, nas peças regionais e nacionais.

### APRESENTAÇÃO DO CORPUS

*“O sol trabalha 365 dias por ano e usa sua pele como escriptorio”*, da Episol, loção hidratante, é bem uma peça publicitária carregada de cultura brasileira, pois apesar do produto ser de uma multinacional, coloca em evidência uma qualidade de que nos vangloriamos todos: ser um país ensolarado.

Iniciamos a apresentação do corpus com três publicidades que levam a marca da cultura brasileira e só são entendidas por quem vive aqui e compartilha as vivências acumuladas: A seguir serão apresentadas peças regionais.

1. *Liberdade ainda que à tardinha, das sandálias Havaianas*, traz à memória do receptor-alvo, a frase-símbolo da Inconfidência Mineira.

2. *Sogra chamando*, dos celulares Sony Ericsson com identificador visual de chamadas, tem no visor uma cobra verde e amarela (creio que é jararaca), forma como a nossa cultura trata as sogras. Na França é o cortês *belle-mère*.

3. *Porque não eu? Me leva pra casa*. Da Assolan, faz referência à supremacia da outra marca no Brasil e usa o nível coloquial, iniciando a frase com pronome oblíquo.

5. *Peixe-gato*. Outdoor da Movimento exibindo um belo rapaz, um gato, com um minúsculo e colorido calção de praia, deitado na areia, à beira mar, onde aparecem os igualmente minúsculos peixes-gato, como são nomeados nas praias de Pernambuco.

6. *Neste verão você precisa de uma sombrinha*. Propaganda institucional do verão em Pernambuco. Faz o jogo polissêmico entre pequena sombra, guarda-sol de praia e adorno carnavalesco, colo-



## LÉXICO E SEMÂNTICA

cando como elemento estranho o fato de ser preciso sombrinha no inverno e não no verão.

7. *Do maracatu para o cinema, da praia parra as orquestras de frevo, dos pólos de animação para o restaurante. Não é à toa que o Recife é a cidade das pontes. Recife, diversão dentro e fora da folia.*

8. *E você pensando que as pontes eram as únicas coisas que Recife tinha em comum com Veneza. Quanto Prima: as delícias da Itália em fast food.*

Segue-se uma mostra das inúmeras peças publicitárias com o mote do carnaval, sobretudo do Galo da Madrugada:

9. *Obrigado, Maria Bonita, Lampião e Cleópatra. O Galo da Madrugada agradece a todos os pernambucanos que colocaram sua fantasia, entraram na folia e fizeram, mais uma vez, o maior bloco carnavalesco do mundo.*

10. *O boné – O abadá – O folião (descrevendo uma garrafa de cerveja) Antártica, paixão nacional, a cerveja oficial do Carnaval de Salvador.*

## CONCLUSÃO

Os exemplos retirados do mini corpus permitem observar as diferenças de escolha dos itens lexicais e dos usos lingüísticos nos dialetos brasileiros, resultantes da sedimentação cultural, que se fez diferente nas várias regiões.

As diferenças observadas são o produto de uma dialética histórica de diferenciação cumulativa, No curso de histórias diferentes, partindo de uma raiz comum, as comunidades desenvolvem culturas próprias que se expressam na sua forma de linguagem, nas escolhas de imagens. Constituindo-se em variantes, que se baseiam na inter-compreensão, as regiões dialetais brasileiras têm as raízes de sua identidade fincadas nos elementos culturais partilhados.

BIBLIOGRAFIA

ALGEO John. British/American lexical differences. **In:** *English a-cross cultures/Culture across English*. Communications. New York: Edited by Ofélia Garcia and Richard Otheguy, 1989.

BIDERMAN, Maria Teresa Camargo. *Teoria lingüística: Lingüística quantitativa e computacional*. Rio de Janeiro: Ao livro Técnico, 1979.

BOURDIEU, Pierre. *Ce que parler veut dire: l'économie des échanges linguistiques*. Paris: Fayard, 1982.

CARVALHO, Nelly. *Publicidade, a Linguagem da Sedução*. São Paulo: Ática, 2002

DIONÍSIO, Mário. Meu reino (se o tivesse) por um Cavalo de Pau. **In:** *Monólogo a Duas Vozes*. Lisboa: Almedina, 1983.

GALISSON, R. *Lexicologie et Enseignement des Langues: Essais Methodologique*. Paris: Hachette, 1979.

NASCENTE, Antenor. *O dialeto carioca*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1945.

ZARATE, Geneviève. *Enseigner une culture étrangère*. Paris: Hachette, 1986.