

OS SENTIDOS LEXICAIS DE COMPOSIÇÕES E EXPRESSÕES FIXAS NO HUMOR E NA PROPAGANDA

Geraldo Jose Rodrigues Liska (UFMG)
geraldliska@hotmail.com

1. Introdução

A língua move-se ao longo do tempo numa corrente que ela própria constrói. Tem um curso... Nada é perfeitamente estático. Todas as palavras, todos os elementos gramaticais, todas as locuções, todos os sons e acentos são configurações que mudam lentamente, moldadas pelo curso invisível e impessoal que é a vida da língua (SAPIR, 1921, p. 150-171, *apud* ULMANN, 1973, p. 401).

Não é preciso ser linguista para saber que um discurso deve ser de conhecimento dos interlocutores para que o processo de comunicação se estabeleça com sucesso. Necessita-se remeter o enunciado à história e às condições de produção/compreensão que interferem no trabalho de criação/percepção dos sujeitos de um determinado discurso, como a formação sociolinguística e o desenvolvimento psíquico deles. Assim, para que se possa definir *leitura*, não basta que ela seja apenas a decodificação de informações linguísticas, mas sim deve haver também a associação das informações com o que advém do mundo do leitor (FREGONEZI, 1999).

Esses fatores são importantes para a concepção do léxico como a base funcional em que se estrutura a língua. Seu ensino não pode ser visto como um repositório onde se despejam palavras novas para o aprendiz. Deve-se conscientizar o aluno dos traços inter e intralinguísticos, semânticos e pragmáticos que permeiam o funcionamento da língua e atribuem ou desconstruem o significado das ‘coisas’ no mundo, seja de quando se trata do que é novo, do que se está ou esteve em uso.

Entre os diferentes discursos nos quais se pode perceber o funcionamento da língua por meio do léxico, estão os textos humorísticos em formato de propaganda, objetos de estudo deste artigo, que não podem ser visto apenas com função de entretenimento, já que para sua compre-

ensão se exige um contexto¹ que deve ser de conhecimento dos interlocutores do discurso. Cabe ao leitor fazer operações epilingüísticas, utilizar-se de conhecimentos sobre a língua, sobre o comportamento linguístico que se espera de um sujeito em determinada situação, sobre o contexto em que se produziu o texto. É necessário percorrer um caminho de pistas linguístico-discursivas, pois o enunciado apresenta efeitos de sentido entre interlocutores. Trata-se de um processo afetado pela situação, pelo contexto histórico-social, pelas condições de sua produção (PÊCHEUX, 1969).

Para que o indivíduo encontre a significação de diversos semantemas e/ou enunciados, é necessário percorrer um caminho de pistas linguístico-discursivas. Os elementos linguísticos e não linguísticos que se integram no discurso são responsáveis pela sua significação. Para se falar de significação, não há como analisar termos isolados, fora de um texto, de um contexto. Conforme Fregonezi (1994), a linguagem deixa de ser analisada nos limites do enunciado para englobar fatores relacionados à enunciação.

Para se chegar a entender os elementos significativos de grupos sociais, é preciso vivência, familiaridade. Do mesmo modo, para se compreender o significado de frases e textos, não basta apenas conhecer palavras isoladas, mas, sim, todo contexto, tanto linguístico como extralingüístico, que os envolvem. (REHFELDT, 1980, p. 72)

Sendo assim, é por meio da relação entre os níveis lógico-cognitivo, linguístico e contextual que se produzirá o sentido (BEAU-GRANDE & DRESSLER, 1981, *apud* GREGOLIN, 1993). Deve-se então abordar e observar tanto as relações intralingüísticas, como a coesão e a coerência textuais, como as extralingüísticas, analisando o texto no contexto que o produziu. Essa abordagem e observação sociocomunicativa, semântica e formal, no conjunto, deve

buscar o desvendamento dessa tessitura particular que envolve diferentes elementos e produz efeitos *de sentidos*: são os procedimentos de argumentação que unificam o sentido e apontam para os vários sentidos criados no texto (GREGOLIN, 1993, p. 25).

Bergson (1991) ressalta a importância do texto humorístico, como um processo de recriação do texto:

¹ Bunge (1980) define 'contexto' como "um conjunto de proposições referentes a um mesmo domínio (p.ex., sociedades humanas) contendo certos conceitos (...) que constituem um grupo homogêneo"

Devemos distinguir entre o cômico que a linguagem exprime e aquele que a linguagem cria. O primeiro poderia, em rigor, ser traduzido de uma linguagem para outra, sujeito embora a perder boa parte do seu relevo ao passar para uma sociedade nova, diferente pelos seus costumes, pela sua literatura e, sobretudo, pelas suas associações de ideias. Mas o segundo é geralmente intraduzível. Deve o seu ser à estrutura da frase ou às palavras escolhidas. Não verifica, mediante o auxílio da linguagem, certas distrações particulares dos homens ou dos acontecimentos. Sublinha as distrações da própria linguagem. É a própria linguagem, aqui, que se torna cômica (p. 69-70).

A seleção das palavras a fim de produzir vários efeitos de sentido proporciona a dinamicidade do texto. Ullmann (*op. cit.*) afirma existir heterogeneidade nas palavras por meio de seus múltiplos significados, que dependem do contexto no qual estão inseridas, da situação na qual são utilizadas e da personalidade do emissor da mensagem. Deve-se analisar também a compreensão do receptor do enunciado como fator importante para a produção do significado das palavras, que está sujeita a mudança devido à formação cultural, social e linguística dele. Entre essa relação emissor/receptor, é necessário ser de ambos o conhecimento de certas expressões fixas para que a comunicação se estabeleça com sucesso, por meio da interpretação (e não decodificação) do texto.

No caso da propaganda, Teixeira (2006) afirma existir três fatores para a utilização de expressões fixas da língua em anúncios publicitários: fixar a propaganda na memória do interlocutor, que já tem memorizado a expressão por meio de seu desenvolvimento linguístico, social e cultural; a facilidade de percepção da mensagem, pois chegar à compreensão do maior número de receptores é uma das funções do discurso apelativo; e transmitir a sensação de confiança e segurança, pelo uso dessas sentenças já familiarizadas por uma comunidade que partilha os mesmos valores, a mesma construção linguística.

Objetiva-se neste artigo estabelecer as relações entre produção/compreensão do encadeamento linguístico-textual sobre composições e expressões fixas da língua portuguesa e suas possíveis significações associadas à imagem para a criação do humor observando a construção semântica das frases presentes no *corpus* de estudo: os textos humorísticos em formato de propaganda do livro “As impublicáveis pérolas da propaganda. Agora publicadas” (MARK, 2007).

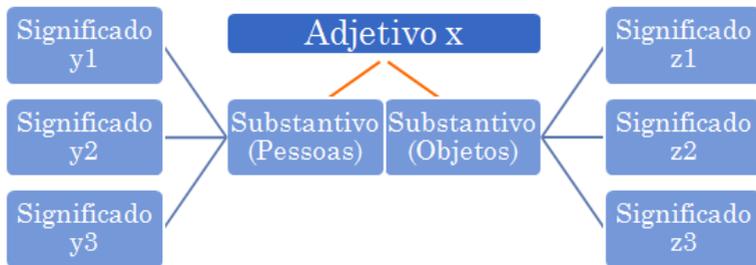
2. O conceito de polissemia

As palavras nunca são completamente homogêneas: mesmo as mais simples e as mais monolíticas têm um certo número de facetas diferentes que dependem do contexto e da situação em que são usadas, e também da personalidade da pessoa que ao falar as usa. (ULLMANN, 1977, p. 257)

Existem vários mecanismos responsáveis por captar a atenção do receptor para os anúncios publicitários impressos, pois eles precisam invadir a mente do leitor de qualquer forma, já que, diferente dos textos literários, possuem curto tempo de existência. Um desses fatores é forçar a reinterpretação da mensagem icônica e verbal utilizando verbalizações conhecidas em uma comunidade, em uma língua, anulando sua construção semântica original e criando outra ideia, como um processo de atribuição de significados presente na propaganda por meio de expressões fixas, socialmente partilhadas e provérbios (TEIXEIRA, 2006).

Para Ullmann (*Ibid.* p. 331), “a polissemia é um traço fundamental da fala humana, que pode surgir de maneiras múltiplas”:

a) *Mudanças de aplicação:*



Assim, *velho* (= *adjetivo x*) terá os *significados* *y1*, *y2* e *y3* em *homem velho* diferente dos *significados* *z1*, *z2* e *z3* em *livro velho*; assim como *novo* (= *adjetivo x*) terá os *significados* *y1*, *y2* e *y3* em *homem novo* diferente dos *significados* *z1*, *z2* e *z3* em *livro novo*, por exemplo.

b) *Especialização num meio social*, no caso de termos específicos de determinados campos de atuação. Como *macaco*, no Aurélio, na rubrica *Marinharia*, definido como um *dispositivo usado para esticar e graduar a tensão de cabos e correntes fixos* (FERREIRA, 2004a).

c) *Linguagem figurada*, “fundamental para a atividade da língua”, permitindo que os significados original e figurado convivam sem que um sobreponha o outro;

d) *Homônimos reinterpretados*, isto é, “quando duas palavras têm som idêntico e a diferença de significado não é muito grande, temos uma certa tendência a considerá-las como uma única palavra com dois sentidos” (p. 340).

e) *Influência estrangeira*, em que uma palavra já existente em uma língua adquire outro significado, por importação. “o empréstimo semântico, apesar de muito comum em certas situações, não é um processo normal na linguagem quotidiana” (p. 346).

Ullmann (*Ibid.*) aponta o uso da polissemia como importante ferramenta para a economia linguística, visto que não exige do falante a memorização de diversas propriedades semânticas para se expressar.

Se não fosse possível atribuir diversos sentidos a uma palavra, isso responderia a uma tremenda sobrecarga na nossa memória: teríamos que possuir termos separados para cada tema concebível sobre o qual quiséssemos falar. A polissemia é um fator inapreciável de economia e flexibilidade da língua (p. 34).

3. *Como se cristalizam as unidades fraseológicas em uma língua*

O emblema principal, ou distintivo, de uma comunidade é sua língua (CRYSTAL, 2004, p. 70).

Mário Vilela (2002, p. 160) parte do princípio de que uma unidade fraseológica¹ tem importância vital na língua, pois “não se explica pela anomalia, nem pelo desvio ou pela derivação relativamente a uma norma, a um significado lexical literal originário”. Trata-se de interpretações idiossincráticas que cruzam os limites (ou espaços) das palavras (SAG et al., 2002). Logo, não deve ser desvalorizada como parte integrante de um vocabulário coloquial, marginalizado. Sua liberdade combinatória remete à “técnica livre do discurso” (COSERIU, 1977, *apud* VILELA, 2002), que permite relacionar as palavras por meio de suas

¹ Segundo Silva (2007), podemos citar os seguintes termos que denominam as unidades fraseológicas: fraseolexemas, frasemas, locuções fraseológicas (colocações), locuções fraseológicas (fraseologizadas) fixas (estáveis, constantes); além disso encontramos idioma, idiomatismos, lexemas idiomáticos (idiomatizados). Outras denominações são: colocações fixas de palavras (locuções ou expressões idiomáticas), colocações de palavras fixas ou acumuladas no léxico.

propriedades sintáticas e semânticas. Isso pode levar à cristalização de termos relacionados, como um verbo e seu complemento, formando estruturas fixas, designadas *frasesmas*, *fraseologismos* ou *unidades fraseológicas*¹, que se unirão ao léxico mental: a subjetividade, a emoção, as atitudes e os comportamentos, reforçando a expressividade da língua. Os critérios para a identificação desses enunciados são: a *fixidez*, que não permitirá a dissociação desses termos sem destruir o sentido conotativo; a *idiomaticidade* (ou *semântica composicional nova*), onde o significado resultante se difere das definições dos morfemas com os quais são formadas essas expressões, lembrando que essa nova composição não terá correspondência sintática em outra língua; e a *tipicidade semântica e sintática*, por não se combinarem com outras unidades semânticas ou sintáticas sem que interfira na construção da ideia original.

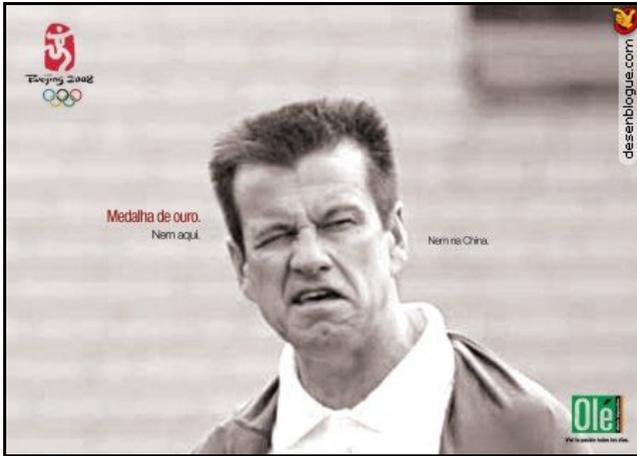
Segundo Willians (*apud* KENEDY, 2005), para se formar uma expressão fixa é necessária a conexão de dois significantes relativizados, “nódulos irmãos”, como em uma seleção entre o verbo e seu objeto direto. Deve ser preservada a relação-núcleo de expressões como *pagar mico* e *dar uma mãozinha* para se formar uma nova ideia, por exemplo, uma vez que a separação dos verbos *pagar* e *dar* de seus complementos *mico* e *uma mãozinha* destruirá a formação semântica do enunciado.

4. Análise do corpus

Para encontrar várias significações em uma mesma unidade fraseológica, foram retiradas imagens do “As impublicáveis pérolas da propaganda. Agora publicadas”, onde, segundo a política de elaboração dos anúncios publicitários, valoriza-se a criatividade. Neles, não há a intenção de fazer comércio com as criações, mas sim criar efeitos de sentido por meio da posição ou exposição das palavras e figuras que produzam humor na propaganda.

¹ Para Ruiz Gurillo (1997, p. 14, *apud* SILVA, 2007.), se denomina *unidad fraseológica* a “una combinación fija de palabras que presenta algún grado de fijación y eventualmente de idiomática”.

4.1. Medalha de ouro. Nem aqui. Nem na china. (Figura 1)



(Figura 1)

Ouve-se a expressão *nem aqui, nem na China* quando se trata de algo que não pode ser realizado, conquistado ou encontrado em lugar algum. O enunciado aparece com essa finalidade em crônicas de Carlos Drummond de Andrade, por exemplo, como revela uma série de trabalhos (SILVA, 1984) sobre fraseologia que tem como *corpus* as suas crônicas. Em (1), *China* não é um lugar qualquer, mas sim o próprio país que leva esse nome. O símbolo no canto superior esquerdo na figura indica que as frases apresentadas dizem respeito às olimpíadas de Pequim, que aconteceram em 2008. Na época, não seria difícil relacionar essa imagem aos jogos e compreender que se trata de uma ironia atribuída à participação da seleção brasileira na China, que voltou para casa derrotada. Produz-se então o efeito cômico ao aludir esse enunciado a esse acontecimento esportivo.

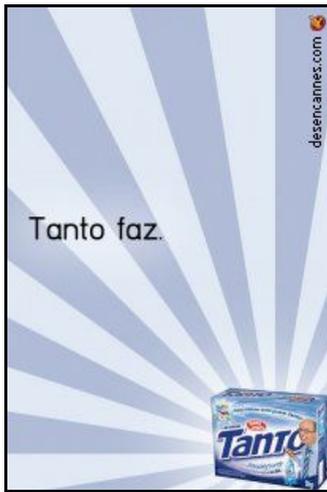
4.2. Chegamos ao fundo do poço. (Figura 2)



(Figura 2)

Em (2), há um tipo de metáfora orientacional, segundo Lakoff e Johnson (2002). No entanto, a leitura de (2) ao lado do logotipo da Petrobrás não remete ao sentido posicional negativo (para baixo), e sim positivo (para cima).

4.3. Tanto faz. (Figura 3)



(Figura 3)

O sentido atribuído a (3) direciona à eficiência do produto em relação às demais marcas de sabão em pó. Ou seja, se a expressão denota a indiferença na escolha de um produto para lavar roupas, aqui ela foi empregada para descartar outras opções. Nesse exemplo há a dissociação da unidade lexical, pois ambos os significantes *tanto* e *faz*, embora ainda continuem lado a lado, perdem a relativização entre eles, conforme Wilhans (op. cit.). O primeiro termo deixa de ter a ideia de algo indefinido e se torna a marca do saponáceo.

4.4. Bom pra burro. (Figura 4)



(Figura 4)

Já na possível propaganda para a venda do minidicionário Aurélio (FERREIRA, 2004) que originou uma questão para a prova discursiva de língua portuguesa da segunda fase do vestibular 2010 da Unicamp¹, é polissêmica a expressão *bom pra burro*:

Bom pra burro é utilizado ao se referir a algo que é excessivamente bom, no caso, confirmando a eficiência do dicionário Aurélio. No caso de (4), desconstrói-se a expressão para ter a seguinte ideia: Existe alguém (=burro) e esse alguém se beneficia da qualidade de algo(=dicionário). Logo, entende-se que a obra terá melhor proveito nas mãos desse sujeito, pois colaborará para o seu aprendizado.

¹ Disponível em: www.comvest.unicamp.br/vest2010/F2/provas/portbio.pdf. Acesso em 19-2-2010.

Outras estruturas frasais, formadas por um verbo seguido de complemento, se tornam idiomáticas em uma língua (RANCHOD, 2003). Na expressão *pagar um mico*, por exemplo, não é possível permutar nem o verbo nem o nome *mico* sem que isso leve a uma total inaceitabilidade da frase ou a uma interpretação completamente diferente, logo, existe uma forte relação entre os significantes como unidade lexical. A origem dessa expressão pode ter várias versões¹ e seu sentido se desvia a um grupo de significados que não se relaciona linguisticamente com os termos *pagar* e *mico*, pois este se descola da sua significação principal (animal), para se referir a uma ação reprovada de alguém. Trocando um termo da expressão e destruindo essa combinação semântica a fim de levar à conscientização ambiental, o interlocutor da mensagem produziu outro efeito de sentido:

4.5. Tem gente que adora apagar um mico. (Figura 5)



(Figura 5)

¹ Regina Araújo cita duas versões para a origem dessa expressão, em seu livro "A arte de pagar micos e king kongs – Viver sem culpa", 2005: "Há a versão do jogo de cartas em que pares devem ser formados e perde quem ficar com a única carta do jogo sem par, o mico. Daí, ficar com o mico "existencial" nas mãos em um mundo de pares é como receber uma "condenação". Outra versão da origem é da zoologia, e neste caso o mico leva a fama de bagunceiro por causa de outro primata: o macaco-prego, uma espécie um pouco maior, também conhecido por mico em algumas regiões do Brasil – daí a confusão. O macaco-prego é que é o rei dos micos, exibido e metido a artista".

Em (5), os verbos foram trocados de modo que *mico* volta a ter seu sentido original, para que o receptor do texto seja convidado a refletir positivamente sobre a preservação do mico-leão-dourado. Ainda assim, “brincando” com as palavras, tanto autor como leitor da imagem podem chegar à conclusão de que uma forma de *pagar um mico* é *apagar um mico*, pois proteger o meio ambiente já é argumento de consenso universal, logo, a ação de *apagar um mico* será reprovada pela sociedade.

5. Conclusão

Como o contexto do discurso deve ser de conhecimento dos interlocutores para que o processo de comunicação se estabeleça com sucesso, necessita-se remeter o enunciado à história e às condições de produção/compreensão que interferem no trabalho de criação/percepção dos sujeitos de um determinado discurso, como a formação sociolinguística e o desenvolvimento psíquico deles. Isso remete à importância do discurso humorístico, que não deve ser encarado apenas com o propósito de entretenimento. Nele, percebe-se que tanto emissor como receptor da mensagem possuem papel ativo na produção do significado, mesmo que este seja diferente para ambos.

Com a análise dos textos, encontraram-se diversas ideias para uma mesma construção lexical, estando em cena um ou dois sentidos diferentes (o original e o novo), dando ênfase para o nível pragmático de observação da língua.

Mesmo com a defesa de que uma expressão idiomática é um conjunto fixo de termos que se relacionam como irmãos em uma construção semântica, assegurou-se o objetivo de apresentar as diferentes produções de significado dessas estruturas permanentes, ainda que com seus termos permutados, levando o interlocutor à formação semântica original também, como em *apagar um mico*. A fixidez de uma expressão pode ser quebrada por meio de sua inserção em um conjunto de palavras, de imagens, em um contexto histórico estabelecido, da posição no leiaute do texto/imagem. Retomando as palavras de Ullman (*op. cit.*): “Nada é perfeitamente estático”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGSON, Henri. *O riso: ensaio sobre a significação do cômico, relógio d'água*. Lisboa, 1991.

BUNGE, M. *Epistemologia: curso de atualização*. 2. ed. São Paulo: T. A. Queiroz, 1980.

CRYSTAL, D. *A revolução da linguagem*. Tradução de Ricardo Quintana; consultoria de Yonne Leite. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Miniaurélio: o minidicionário da língua portuguesa*. 6. ed. rev. atual. Curitiba: Positivo, 2004.

_____. *Novo dicionário eletrônico Aurélio do século XXI*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira 2004a.

FREGONEZI, D. E. *Elementos de ensino de língua portuguesa*. São Paulo: Arte & Ciência, 1999.

_____. A formação permanente do professor de língua portuguesa. In: Seminário do GEL- Grupo de Estudos Linguísticos do Estado de São Paulo, 1994, São Paulo. *XXIII Anais de Seminários do GEL*. São Paulo: Univ. de São Paulo, 1994, p. 705-711.

GREGOLIN, M. R. F. V. Linguística textual e ensino de língua: construindo a textualidade na escola. *ALFA*, v. 37, p. 23-32, 1993.

KENEDY, E. O modelo raising de descrição de cláusulas relativas: evidências do português. *Revista da ABRALIN*, Santa Catarina, v. II, p. 9-22, 2005.

LAKOFF George. JOHNSON, Mark. *Metáforas da vida cotidiana*. Coord. da tradução: Mara Sophia Zanotto. Campinas: Mercado de Letras; São Paulo: Educ, 2002.

MARK, Victor. *As impublicáveis pérolas da propaganda*. Agora publicadas. São Paulo: Panda Books, 2007.

PÊCHEUX, M. *O discurso – estrutura ou acontecimento*. Trad. de Eni P. Orlandi. Campinas: Pontes, 1983.

RANCHHOD, Elisabete M. O lugar das expressões ‘fixas’ na gramática do português. In: CASTRO, Ivo; DUARTE, I. (Orgs.). *Razões e emoção*. Miscelânea de estudos oferecida a Maria Helena Mira Mateus. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2003, p. 239-254.

REHFELDT, Gládis Knak. *Polissemia e campo semântico: estudo aplicado aos verbos de movimento*. Porto Alegre: EDURGS, FAPA e FAPCCA, 1980.

SAG, Ivan A. et al. Multiword expressions: A pain in the neck for NLP. In *Proceedings of the 3rd International Conference on Intelligent Text Processing and Computational Linguistics (CICLing-2002)*. México City, 2002, p. 1-15.

SAPIR, Edward. *An introduction to the study of speech*. New York: Harcourt, 1921.

SILVA, José Pereira da. *A fraseologia nas crônicas de Carlos Drummond de Andrade: subsídios para um dicionário básico*. Trabalho final da disciplina “etimologia e lexicografia”, do mestrado em linguística e filologia românica na UFRJ em 1984, 125 laudas. Disponível em: <http://www.filologia.org.br/pereira/textos/afraseologianas.htm>

SILVA, M. B. Uma palavra só não basta: um estudo teórico sobre as unidades fraseológicas. *Revista de Letras* (Fortaleza), v. 1/2, p. 11-20, 2007.

TEIXEIRA, José. A reciclagem do significado de comunidade: processos de reinterpretação no texto publicitário. *Diacrítica*, Série Ciências da Linguagem, nº 20/1, Universidade do Minho, Braga, p. 207-228, 2006.

ULLMANN, Stephen. *Semântica: uma introdução à ciência do significado*. Tradução de J. A. Osório Mateus. 4. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1977.

VILELA, Mário. As expressões idiomáticas na língua e no discurso. *Actas do Encontro Comemorativo dos 25 anos do Centro de Linguística da Universidade do Porto*, vol. 2, 2002. Porto: Universidade do Porto. Faculdade de Letras, 2002, p. 159-189.