

A CONSTRUÇÃO COLABORATIVA DE SENTIDOS EM COMERCIAIS DA “NET”

Wagner Alexandre dos Santos Costa (UFF)

wagnerasc@bol.com.br

Vanda Cardozo de Menezes (UFF)

vcenezes@urbi.com.br

Neste artigo, discutiremos, à luz da linguística textual, especificamente dos estudos sobre referenciação, o emprego da expressão referencial “tipo Net”, rapidamente disseminado e parodiado nas redes sociais e na internet de modo geral, bem como em diálogos informais e discursos humorísticos. Analisaremos os diálogos transcritos de três comerciais da empresa Net, exibidos em 2012. Os vídeos foram obtidos em www.youtube.com e as transcrições seguem as normas adotadas por Castilho e Preti (1986, p. 9-10). Como resultado de nosso estudo, concluímos que os sentidos construídos interativamente em torno da expressão “tipo Net”, usada em referência aos provedores, orientam argumentativamente o comercial em depreciação à qualidade da concorrência da empresa Net. Nesse sentido, “tipo Net” constitui um objeto de discurso posto na interlocução, mas de forma ainda instável, cuja estabilidade deverá ser construída/negociada no curso do diálogo, uma vez que “tipo” (no contexto) pode assumir várias nuances semânticas, que vão se definir ou apontar para uma definição no desenvolvimento do comercial. Além disso, observamos que nos turnos de fala o objeto de discurso “tipo Net” é sucessivamente recategorizado e progride textualmente por um procedimento meronímico de retomada, a partir do qual, acréscimos de sentido vão construir a sua estabilização, situada no contexto de sua ocorrência. Entendendo, portanto, que o sentido de um objeto de discurso não é resolvidamente pleno e anteriormente já dado ao discurso e que as referências são (re)elaboradas e transmitidas interativamente, nossa aporte teórico situa-se principalmente em Mondada (2005), Mondada e Dubois (2003), Marcuschi (2007) e Koch (2008).