

# TEORIA DA RELEVÂNCIA E COMUNICAÇÃO: reinterpretando o sucesso na comunicação

Maria do Socorro Borges de Oliveira\*

## 1 INTRODUÇÃO

Neste trabalho, pretende-se mostrar como são feitas as inferências em processos interpretativos de peças publicitárias. A Teoria da Relevância (doravante TR), aparato teórico desta análise, constitui um modelo descritivo e explanatório da comunicação humana. A escolha de peças publicitárias deu-se por ser um discurso rico em material implícito. O trabalho aponta, pois, para duas perspectivas: demonstrar o potencial teórico da TR no tratamento de processos comunicativos humanos e, em decorrência, explicar um traço da natureza do discurso publicitário (CARVALHO, 2000), que são os implícitos do tipo implicatura.

A hipótese central é a existência de um princípio natural, comunicativo e cognitivo, o qual comanda as operações mentais, nos processos inferenciais inerentes à comunicação. O Princípio da Relevância,<sup>1</sup> princípio teórico desenvolvido a partir da máxima griceana “Seja Relevante”, é responsável por inferências de natureza não-demonstrativa processadas no sistema de dedução de ambientes cognitivos. Sperber e Wilson (1986,1995), autores da TR, sustentam que as inferências espontâneas seguem um cálculo dedutivo não-trivial, podendo ser confirmadas e não passíveis de condições vericondicionais.

O anúncio selecionado para análise compõe o *corpus* investigado na dissertação de Mestrado da autora (Oliveira, 2001). Entende-se ser suficiente, para fins deste artigo, a demonstração aplicada a uma peça de publicidade, já que o recorte feito sustenta a plausibilidade da TR.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO

Sperber e Wilson (1995) assumem que o Princípio da Relevância (doravante PR) orienta as operações da mente/cérebro em atividades comunicativas, em busca de efeitos cognitivos com um baixo custo de processamento. Assim, um enunciado é processado relevantemente se e somente um ouvinte/leitor específico, em situação contextual específica, obteve efeitos cognitivos com tal processamento; e se, para obtê-los, o ouvinte teve um esforço extra, só o fez de modo relevante se os efeitos forem compensados. Os autores da TR sintetizam a relação de equilíbrio entre esforço mental e efeito cognitivo da seguinte forma:

---

\* Professora mestra da Universidade Federal do Piauí.

<sup>1</sup> A noção de Relevância tem como *insight* a Teoria Inferencial de Grice (1975). O filósofo defende o princípio de cooperação e quatro máximas a serem observadas em atos comunicativos humanos. O PC e as máximas apresentam-se da seguinte forma: Princípio de Cooperação - **Faça sua contribuição conversacional tal como é requerida no momento em que ocorre, pelo propósito ou direção do intercâmbio conversacional em que você está engajado. Máximas: Quantidade, Qualidade, Relação e Maneira.** Na TR, as quatro máximas citadas, bem como o Princípio de Cooperação, ficam reduzidos a um megaprincípio, a saber, o da Relevância, natural e de base cognitiva.

Relevância para um indivíduo

**Condição de Grau 1:** “uma suposição é relevante para um indivíduo na medida em que os efeitos contextuais alcançados quando ela é otimamente processada são amplos.”

**Condição de Grau 2:** “uma suposição é relevante para um indivíduo na medida em que o esforço requerido para processá-la otimamente é pequeno”. (SPERBER e WILSON, 1995, p. 145).

O PR mostra duas propriedades indissociáveis da comunicação humana, a saber, ser ostensiva e inferencial. Todo enunciado contém em si tais propriedades e indica esforços mentais despendidos tanto por comunicador (ostensão) como por ouvinte/leitor (inferência). A formulação teórica da noção de Relevância fica assim, então, “todo ato de comunicação ostensiva comunica a presunção de sua própria relevância ótima.” (SPERBER e WILSON, 1995, p. 158).

Ao atingir o nível da atenção do ouvinte/leitor, o enunciado conduz à construção e à manipulação de representações conceituais, visto que é uma evidência direta da intenção informativa do comunicador. Dessa forma, um enunciado – ostensão – é capaz de derivar, na mente do leitor, suposições e inferências no nível conceitual.<sup>2</sup> **Comunicar é, pois, fornecer evidências de que há o desejo de tornar mutuamente manifesta para comunicador e para ouvinte/leitor uma intenção informativa.** Embora um enunciado contenha em si uma intenção informativa, a comunicação de fato ocorre quando a intenção informativa eleva-se à intenção comunicativa. Deve haver o reconhecimento mútuo da intenção informativa, no domínio de um dado enunciado, para ser estabelecida uma real comunicação. Para que se possa proceder à análise do anúncio selecionado, convém, agora, explicitar as noções de **contexto, suposição, explicatura e implicatura.**

O modelo ostensivo-inferencial de explicação da comunicação humana, com base no PR, assume que o processo de seleção de uma suposição depende de um contexto específico. **Suposição** é entendida como um fato verdadeiro ou não, tornado manifesto a comunicador e ouvinte, capaz de ser mentalmente representado e inferível (Sperber e Wilson, 1995:39). O contexto é crucial para as atividades interpretativas, desde a decodificação lingüística até o último nível de compreensão.

**Contexto** é um construto psicológico formado por suposições armazenadas nas diversas memórias do indivíduo, como também as suposições advindas do ambiente físico imediatamente observável e, finalmente, as oriundas da própria informação veiculada.

Assim, é construído o contexto **durante** o ato comunicativo. Entram para o cálculo não- demonstrativo das inferências, processado nos sistemas centrais, premissas (suposições) não – fixadas, as quais têm origem em diversas fontes. São estas premissas que formarão o contexto considerado na interpretação de enunciados, tornando o contexto aberto; sujeito, pois, a revisões ao longo do processo. A noção de contexto como um conjunto de suposições construídas no decorrer do ato comunicativo fica clara na ilustração seguinte:

(1) Fábio e Carla estão sentados em um banco de uma praça, quando Fábio, apontando para uma construção, diz: “– Como é interessante aquela igreja!”

<sup>2</sup> O PR garante a Relevância ótima de um enunciado, na perspectiva segundo a qual todo ato comunicativo objetiva alterar qualitativamente os ambientes cognitivos de seus destinatários, estando condicionada a alteração a não derivar no ouvinte um esforço injustificável para alcançá-la. Em suma, uma informação estará em consistência com PR se o comunicador racionalmente julgou que ela seria otimamente relevante para o ouvinte/leitor. Vale informar que o enunciado carrega a presunção de Relevância ótima o que não implica necessariamente no sucesso da comunicação.

Carla, que até então não havia representado mentalmente a construção como sendo uma igreja, acrescenta: “ – De fato, é uma igreja muito bonita e interessante.”

Em (1), verifica-se que para ser estabelecida a comunicação real entre Fábio e Carla não se fez necessário um conhecimento prévio comum. Foi no decurso da comunicação que a suposição “aquela construção é uma igreja” se tornou mutuamente manifesta.

Sperber e Wilson (1995) sustentam uma gradação de contextos em mais ou menos acessíveis, sendo a acessibilidade dependente de cada indivíduo e de cada caso específico de comunicação. As suposições imediatamente acessíveis a um indivíduo constituem o contexto inicial para uma expansão posterior. Durante o processo interpretativo tem-se o desdobramento de suposições implicadas em explicaturas e implicaturas.

Importante dizer sobre as suposições o fato de que nem todos os supostos são verdadeiros em idêntico nível. Quando há uma contradição entre duas suposições, o indivíduo opta por aquela que lhe parece a mais verossímil. Como se dá tal escolha? Sperber e Wilson postulam que a **Força de uma suposição** origina-se do “ passado” da suposição, de sua “ história”, ou melhor, da forma como foi adquirida. Haveria uma escala crescente de importância : 1ª . A que nasce da própria experiência do indivíduo. 2ª . A que foi transmitida por outra pessoa ( depende da confiabilidade creditada pela pessoa). Os estímulos visuais têm maior força em relação aos auditivos, em geral.

A força das suposições é decisiva no processo interpretativo. Disso decorre que, durante a derivação de inferências, uma suposição gera outra e assim sucessivamente. Os autores defendem o Sistema formal de Dedução como um autômato, um mecanismo algorítmico que só se aplica a representações conceituais e atribuem a este sistema as capacidades de : memória, armazenamento de dados, leitura, escrita e comparação de propriedades. Na memória, se colocam alguns supostos iniciais. A partir daí, começa o funcionamento dedutivo, com resultados que alteram os ambientes cognitivos humanos. Tais resultados são chamados, na TR, de **Efeitos contextuais ou cognitivos** e podem ser : por implicação contextual, fortalecimento ou enfraquecimento de suposições e, finalmente, pela eliminação de suposições contraditórias. No caso analisado deste trabalho, uma peça publicitária, os *inputs* visuais, em geral, constituem suposições com maior força, comparados com os *inputs* lingüísticos.

Se, a partir de um enunciado - entendido como um estímulo ostensivo - suposições de várias origens podem ser ativadas, o que restringe a seleção da informação relevante? A organização da memória enciclopédica do comunicador, guiada pelo PR, processa as informações em busca de Relevância ótima. Retomando os termos **explicatura** e **implicatura** citados anteriormente, convém explicitá-los ilustrativamente e, para isso, o enunciado (2) servirá como ponto inicial:

(2) a. A: Como está se sentindo a Jane depois de seu primeiro ano de universidade?

b. B: Ela não obteve suficientes créditos e não pode continuar.

Uma possível interpretação de A para o enunciado de B é:

(3) “Jane não ganhou os suficientes créditos para qualificá-la ao segundo ano de estudos e, como resultado disso, Jane não pode continuar com os estudos universitários. Jane não está se sentindo muito feliz por isso”.

Conforme Carston (1991), no artigo “**Implicature, explicature, and truth-theoretic semantics**”, podem-se verificar quais aspectos da interpretação acima referida estão explícitos e quais estão implícitos. A **desambiguação** de ‘ganhar’ e ‘créditos’ e o **referente** designado a ‘ela’ fazem parte do conteúdo explícito. Já a suposição “Jane não está-se sentindo muito feliz por isso” é, certamente, implícita. As cláusulas “para qualificá-la ao segundo ano de estudos”, “com os estudos universitários”, a última após o verbo ‘continuar’; como também “como resultado disso”, embora não estejam codificadas lingüisticamente, estão no domínio do conteúdo explícito do enunciado. Tais expressões correspondem a um processo de **enriquecimento** das cláusulas, as quais representam o desenvolvimento de um enunciado primeiro.

Para os autores da TR “uma suposição comunicada por um enunciado é explícita se e somente se ela for um desenvolvimento de uma forma lógica codificada pelo enunciado” (Sperber e Wilson, 1995, p.182). Uma **explicatura** é uma combinação de traços codificados lingüisticamente e de traços conceituais inferidos contextualmente. A forma lógica é a base para construir a **representação proposicional completa**, a qual é alcançada através de um processo dedutivo, sensível à informação contextual. Carston, seguindo proposta de Sperber e Wilson, identifica três níveis representacionais para um enunciado:

- (a) o nível da **forma lógica**, na dependência da decodificação lingüística;
- (b) o nível da **explicatura**, em que a forma lógica é desenvolvida através de processos inferenciais de natureza pragmática;
- (c) o nível da **implicatura**, que parte da explicatura para a construção de inferências pragmáticas.

No exemplo (2), observa-se o desdobramento do enunciado em premissa implicada e conclusão implicada. A conclusão é feita mediante o reestabelecimento da premissa implicada, seguindo uma regra de inferência dedutiva.<sup>3</sup> A premissa implicada é “Jane não ganhou suficientes créditos para qualificá-la ao segundo ano de estudos universitários”. E a conclusão implicada: “A Jane não está-se sentindo muito feliz por isso”.

As implicaturas, nos processos inferenciais espontâneos, têm formas proposicionais diferentes em relação às suas condições de verdade. Existe, pois, um funcionamento independente (Carston, 1991) destas formas nas inferências envolvidas na dedução, o que as diferencia das deduções da Lógica formal. As premissas que entram no cálculo das inferências, em situação comunicativa, têm várias fontes e ocupam papéis independentes no mecanismo total de dedução. Tais suposições devem funcionar com **premissas autônomas** em interação inferencial com outras suposições e devem ser armazenadas na memória do ouvinte como afirmações separadas.

<sup>3</sup> Inferências dedutivas espontâneas pertencem a uma natureza distinta da dedução da Lógica canônica. Segue-se ilustração do tipo não - trivial de cálculo dedutivo:

- (1) A. Se um parente de Maria estava presente, ela devia estar feliz.
- B. O irmão de Maria estava presente.
- C. Maria devia estar feliz.

A conclusão (1C) só é possível pela recuperação da informação ‘irmão é parente’, oriunda da memória enciclopédica do indivíduo. Na comunicação espontânea é possível tal inferência, pois as suposições pertencem a várias fontes e podem sofrer interações válidas. Em síntese, as premissas (1A) e (1B), na lógica padrão, não permitiriam a conclusão (1C), já que o conteúdo de (1B) não é o mesmo que o de (1A). Contudo, (1B) faz parte do conjunto de suposições acessíveis para derivação de (1C), em atos espontâneos de comunicação.

Carston designa este fenômeno como **propriedade de autonomia funcional** inerente às implicaturas de um enunciado. Convém ilustrar os três níveis representacionais de um enunciado, a fim de que se passe à análise do anúncio.

(4) a. A: Pedro conseguiu tirar as jóias do cofre?

b. B: Ele descobriu a combinação e abriu o cofre.

No nível da **forma lógica**, obtém-se de (4b):

(5) Descobriu (ele, combinação)  $\wedge$  abriu ( $\emptyset$ , cofre) [S [S' [ NP (Pro)] [ VP descobriu [ NP a combinação ] ] e [ S'' [NP  $\emptyset$ ] [VP abriu [ NP o cofre ]]]]

No nível da **explicitura**, tem-se:

(6) Ele<sub>1</sub> [Pedro] descobriu a combinação [ do cofre<sub>2</sub> ] e [então] [Pedro<sub>1</sub>]  
abriu [a porta de] o cofre<sub>2</sub> [por meio da combinação do cofre]

Pode-se acrescentar a indexação de tempo e obter-se a seguinte representação:

(7) Ele<sub>1</sub> [Pedro] descobriu a combinação [do cofre<sub>2</sub>] em **t** e [ então ] [ Pedro<sub>1</sub>]  
abriu [ a porta de] o cofre<sub>2</sub> em **t + n** [ por meio da combinação do cofre]

(7) é a representação conceitual cujas propriedades podem ser mostradas superficialmente através dessa representação lingüística do *index* de ajuda. Os pronomes indexados devem ser compreendidos como indicadores que unicamente referem conceitos mais do que co-referenciadores. O ouvinte compreende que a **atribuição referencial** é uma correspondência específica entre nomes e pronomes (ele  $\leftrightarrow$  Pedro). No nível da explicitude, há a compreensão de que **t** é mais ou menos o tempo específico antes do tempo do enunciado e **t + n** é mais ou menos o tempo específico depois de **t**. A ordenação temporal dos eventos descritos ( e = então ) é tratada por Carston (1991) como produto do processo de atribuição referencial envolvido na determinação da explicitura.

Em (7), o preenchimento de palavras e expressões elipsadas como [Pedro], [do cofre], [ a porta de] após o verbo 'abriu' é produto de um processo de **enriquecimento** de material elíptico, necessário para o desenvolvimento do nível explícito. O processo de enriquecimento pode advir da memória enciclopédica do ouvinte (Ele<sub>1</sub> [Pedro] descobriu a combinação [do cofre], já que cofres dependem de combinações em código; a suposição pode ter origem também nas relações de relevância entre as ações do agente [Pedro descobriu / ' Pedro' sendo sujeito sintático de 'descobriu']. O enriquecimento de material elipsado em [Pedro] abriu o cofre] é feito pela recuperação de relações de relevância presentes no próprio enunciado.

No nível da **implicatura**, tem-se a suposição:

(8) Pedro < possivelmente > conseguiu tirar as jóias do cofre. (Conclusão implicada)

A suposição (8) é inferida pelo ouvinte do enunciado (4b), cuja forma proposicional completa é encontrada na explicitura (7), além da contribuição de uma **suposição contextual** (premissa implicada) independente das propriedades lingüísticas de (4b). A suposição contextual, provavelmente obtida é:

(9) Se Pedro descobriu a combinação do cofre e abriu a porta do cofre, então, possivelmente conseguiu tirar as jóias do cofre. (Premissa implicada).

Com relação à forma proposicional (5), ela não é proposicional, ou melhor, é incompleta. (7) é uma forma proposicional completa, podendo assim receber valor-de-verdade. E (8) é uma proposição, plausivelmente, equivalente à interpretação última desejada pelo comunicador do enunciado de (4b).

Em síntese, um enunciado para ser interpretado deve passar por etapas de representação conceitual em que há um nível semanticamente incompleto, o qual deve ser preenchido pelo ouvinte até atingir o nível último de interpretação, o da implicatura. No

nível intermediário entre o dito e o implícito, o da explicatura, ocorrem operações inferenciais, sensíveis a informações contextuais de vários tipos: enriquecimento de material elipsado, desambiguação, atribuição referencial. O processo de desenvolvimento do nível explícito está na dependência do contexto específico e de princípios pragmáticos (Carston, 1991).

### 3 ANÁLISE

#### ANÚNCIO

**(ANÚNCIO DA MARCA MÜLLER DE SAPATOS)** Fonte: CARVALHO, Nelly de.

**Publicidade:** a linguagem da sedução. São Paulo: Ática, 2000. p. 68.

O anúncio é feito de imagem e enunciados lingüísticos.

DESCRIÇÃO DO *INPUT* VISUAL:

Uma mulher deitada numa cadeira. O cenário sugere um consultório médico e a expressão da figura feminina, que é vista de perfil, não é de descontração. Ela parece solene, tensa, reflexiva.

SEGMENTOS LINGÜÍSTICOS:

- (1) Como anda a Cabeça das Mulheres?
- (2) Anda amando (associado à imagem dos pés em um modelo (a) de sapato)
- (3) Anda conquistando (associado a uma imagem dos seus pés com um modelo (b) de sapato).
- (4) Anda sonhando (associado a uma imagem de seus pés com um modelo (c) de sapato).
- (5) Anda de Müller (colocado à esquerda da folha impressa associado ao modelo de sapato da foto inicial).

Antes de procedermos à análise, vale considerar que na TR uma informação visual é um estímulo ostensivo mediante o qual o indivíduo lhe atribui uma porção de mundo possível (conceitualização). Enquanto tal solicita a atenção do leitor que tem a garantia de que aquele estímulo merece ser processado; não será, pois, gratuito. Uma imagem se instaura no ambiente cognitivo como uma representação de um **Ato Pressuposto**. Na compreensão de uma imagem um indivíduo pode construir um modelo, uma porção de mundo com algum grau de analogia com a porção de mundo que a imagem mostra. Contudo, uma representação mental de caráter não-proposicional, não pode identificar-se como uma representação adequada com o PR. Toda representação analógica implica sempre algum nível de inconcretude com o mundo representado (nível interpretativo).

O leitor terá, então, que representar a imagem representada por analogia em formas proposicionais mínimas, para que sejam processadas no sistema central as inferências. Assim, o leitor atribui aos objetos figurativos, categorizações semânticas e lhes atribui valor referencial, derivando entidades semânticas. No anúncio em análise, temos ‘mulher’, ‘cadeira’, ‘sala’, ‘rosto’, ‘sapato’, outras. As entidades conceituais passam a receber predicções que se transformam em frases apreensíveis para o leitor: “A mulher está numa cadeira”, “a mulher usa sapato”. O fato de o sistema central humano ser capaz de processar tais predicções nos leva a pensar em inúmeras sentenças e frases a serem derivadas, e isso dependeria de cada indivíduo com suas especificidades. O Princípio da Relevância, subjacente à comunicação, restringe as suposições acessíveis e opera de forma

a possibilitar que na primeira interpretação consistente com o PR o leitor para de processar a informação.

Dando continuidade à análise, temos a imagem que sugere um ambiente formal e uma mulher em uma atitude reflexiva. Este *input* visual deriva possíveis suposições como:

S1: O comunicador mostra que uma mulher está sendo ouvida por algum especialista da área médica.

S2: “Como anda a cabeça das mulheres” comunica que a mulher reflete sobre sua vida, comportamento, tendência, contemporaneamente.

As suposições S1 e S2 são enfraquecidas ao confrontarem-se com as imagens variadas dos pés da mesma mulher calçados em vários modelos de sapato. O segmento (5) anda de Müller + *input* visual eliminam S1, S2 e derivam novas suposições. O *input* visual neste anúncio em (5) constitui força com maior grau em relação ao *input* lingüístico para derivar um novo contexto:

S3: A mensagem é um anúncio de algo ligado ao mundo feminino.

S4: Trata-se de uma peça publicitária.

S5: O anúncio trata de uma marca de sapatos.

S6: A marca anunciada é MÜLLER.

S3, S4, S5 e S6 são fortalecidas pelo *input* visual e pelo segmento (5) e eliminam as suposições que associam o título “Como anda a cabeça das mulheres” a um estado de coisas do tipo: no que pensam, o que fazem, quais as tendências do comportamento feminino, que estão contidos em S1 e S2 iniciais. Agora S3, S4, S5 e S6 criam novas hipóteses:

#### Hipótese 1

[Processe ‘como anda a cabeça das mulheres’ no sentido quase literal, no nível da codificação lingüística].

#### Hipótese 2

[Processe a expressão ‘como anda a cabeça das mulheres?’ conotativamente, como uma interpretação de estado de coisas desejável].

As evidências presentes no contexto observável, que em parte derivam S3, S4, S5 e S6, + *input* visual + segmento (5) fortalecem H2 e eliminam H1.

O leitor, a partir da confirmação da hipótese 2 fortalecida, pode passar a reinterpretar (1) conotativamente:

S7: (1) “Como anda a **cabeça** das mulheres” *versus* (5) **Anda de Müller** traz uma relação de substituição de termos.

S8: (5) [ ∅ ] anda de Müller [que é um sapato].

S9: Quem anda de Müller são as mulheres

S10: A cabeça das mulheres anda de Müller.

S11: A cabeça das mulheres anda de Müller que é um sapato.

O leitor pode reconhecer, embora sem denominar, o processo metonímico estabelecido em (1) que substitui o todo = mulher pela parte = cabeça e ainda, na fase de decodificação, que é inferencial, para chegar a uma ou mais explicaturas, recupera a troca, a oposição feita pelo comunicador com as expressões ‘cabeça’ e ‘pés’ que está ausente gramaticalmente. Recuperado o processo metonímico em (1), a partir da hipótese 2, o leitor pode eliminar S10 e S11 e fortalecer S7, S8 e S9. Derivam novas suposições ,a partir de S7, S8 e S9 quando o leitor inicia a processar os termos dos segmentos (2), (3), (4) e (5).

Há um enriquecimento das formas proposicionais em (2), (3) e (4), conforme demonstração:

## ( i ) ENRIQUECIMENTO

(2) [Ø] anda amando	Hipóteses 2' estendida [processe (2), (3) (4) conotativamente]
(3) [Ø] anda conquistando	
(4) [Ø] anda sonhando	
(5) [Ø] anda de Müller	

S9, fortalecida pela hipótese 2', permite derivar: O Comunicador está dizendo algo metonimicamente. Obtém-se algo como S12 :

S12: **A mulher** anda amando, **a mulher** anda conquistando, **a mulher** anda sonhando, **a mulher** anda de Müller. (Premissa)

## ( ii ) ENRIQUECIMENTO

Em (5), o leitor reconhece no nível do explícito, que há um efeito contextual pretendido, evidenciado na transformação da natureza do verbo 'andar' em (2), (3) e (4), o qual passa de v. de ligação para T.c. (transitivo com complemento) em (5). O leitor recupera da memória (5) da seguinte forma, possivelmente: S<sub>13</sub>: A mulher caminha usando sapatos Müller.

S<sub>13</sub> é uma explicatura capaz de tornar fortemente manifesta a intenção informativa. De S<sub>13</sub> é possível derivar S<sub>14</sub>: O comunicador está dizendo que as mulheres andam de Müller (marca de sapato) e elas [mulheres] por usarem [calçarem] Müller amam, conquistam, sonham. A partir de S<sub>14</sub>, pode-se ter, plausivelmente:

S<sub>15</sub> : **Compre sapatos Müller e ame, conquiste e sonhe.** ( Conclusão implicada )

Vale dizer que durante ( i ) e (ii) as suposições só foram processadas pela ativação da memória enciclopédica que contém informações quanto aos planos denotativo/conotativo da linguagem; quanto à natureza do verbo 'andar' que sofre alterações; percepção mnemônica do trocadilho 'cabeça' ↔ 'pés' , em que o último não está codificado lingüisticamente.

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise parece permitir as seguintes observações:

(i) O PR orienta a interpretação para a intenção informativa do comunicador, de modo que a presença de suposições fracamente implicadas não faz com que o leitor as processe indefinidamente. Os *inputs* visuais requerem a atenção do leitor e constituem "atalhos" para que ele derive a intenção informativa pretendida. Também contribuem para maior retenção na memória do leitor. Assim, a compreensão é assumida como um produto da interação de vários *inputs* acessíveis ao leitor, tornando as premissas do cálculo dedutivo não-fixadas;

(ii) Para derivar as implicaturas, entendidas como último nível interpretativo desejado, o leitor procede de modo automático, guiado pelo PR, possivelmente sem a consciência dos estágios que devem operar no processo comunicativo. Intuitivamente ou não, dependendo de cada leitor específico, o PR garante ao leitor que a informação merece ser processada e que ele atingirá a interpretação relevante com um baixo custo de processamento. Ou melhor, os efeitos cognitivos (possivelmente, melhor qualidade de vida devido às informações sobre os produtos anunciados) serão atingidos com esforço mínimo possível. Se o leitor passa a fazer suposições fracamente implicadas, isso é de sua responsabilidade. Tal possibilidade é real, pois os leitores são heterogêneos e possuem habilidades cognitivas e comunicativas diversas. Com efeito, o estímulo mais relevante é

aquele compatível com as habilidades e preferências do comunicador (Sperber e Wilson, 1995, p. 270 ).

(iii) As inferências do tipo implicatura passam por um cálculo não-demonstrativo, tendo em vista que as premissas são não - fixadas e estão na dependência de um leitor específico, num contexto específico. Tais inferências podem ser **confirmadas**, como verdades factuais mas não comprovadas.

## REFERÊNCIAS

- CARVALHO, Nelly de. **Publicidade: a linguagem da sedução**. 3. ed. São Paulo: Ática, 2000.
- CARSTON, R. Implicature, explicature, and truth-theoretic semantics. In: DAVIS, Steven (ED.) **Pragmatics: a reader**. Oxford: Oxford University Press, 1991.
- DAVIS, Steven (ed). **Pragmatics: a reader**. Oxford: Oxford University Press, 1991.
- GRICE, H.P. .Further notes on logic and conversation. In: COLE, P. (org.). **Syntax and semantics**. Vol. 9, New York, Academic Press, 1975.
- \_\_\_\_\_. Logic and conversation. In: COLE, P. E MORGAN (eds.). **Syntax and semantics**. Vol. 3. Speech acts. New York: Academic Press, 1975.
- GRICE, H.P. Lógica e conversação. 1967. In: DASCAL, M. **Pragmática**. Vol. IV, Campinas: UNICAMP, 1982.
- LEVISON, Stephen. **Pragmática**. Barcelona: Teide, 1989.
- OLIVEIRA, Maria do S. B. de. **Teoria da relevância: uma resposta pragmático - cognitiva para os implícitos na linguagem publicitária**. 2001. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul-PUCRS. Porto Alegre, 2001.
- SILVEIRA, Jane Rita Caetano, FELTES, Heloísa P. de Moraes. **Pragmática e cognição: a textualidade pela relevância**. 2. ed., Porto Alegre, EDIPUCRS, 1999.
- SPERBER, D., WILSON, Deirdre. **Relevance: communication and cognition**. Cambridge-MA: Harvard University Press, 1986.
- \_\_\_\_\_. **Relevance: communication and cognition**. Cambridge-MA: Harvard University Press, 1995.

