

“Daquela marca lá”: A influência da dêixis no encapsulamento anafórico

“From that brand there”: The influence of deixis on anaphoric encapsulation

Claudia Toldo¹

Briane Schmitt²

Resumo: Este artigo tem como objetivo discutir o funcionamento do espaço de enunciação entre a Libras e o Português a partir das reflexões feitas por Eduardo Guimarães em Semântica do Acontecimento, disciplina inserida nos estudos sobre a História das Ideias Linguísticas no Brasil. Nesse sentido, analisamos o funcionamento das duas línguas: Libras – Língua Brasileira de Sinais e o Português na sua relação constitutiva com seus falantes a partir de enunciados produzidos por sujeitos surdos em postagens na rede social Twitter, o que refletiu o conflito existente no funcionamento do espaço enunciativo. Assim, apresentaremos como se constitui o contato entre essas línguas pelos seus modos de circulação, bem como lugar de significação para os sujeitos falantes. Essa relação entre línguas e entre falantes e línguas aponta para um confronto desigual, pois o Português dentro do espaço enunciativo do território nacional funciona diretamente como a língua oficial e consequentemente a língua nacional. Diferentemente da língua de sinais brasileira, que possui apenas o reconhecimento legal de meio de comunicação e expressão da comunidade surda, embora seja uma língua tanto quanto a língua portuguesa.

Palavras-chave: Referenciação. Encapsulamento anafórico. Dêitico.

Abstract: This research has as its theme the referencing process and the meanings that can be learned from it, specifically in relation to the references used in the social networks universe, considering the need of hiding a certain lexicon due to the recurring privacy rules in such context. The objective of this research is to analyze the deictic influence in the meaning produced by the anaphoric encapsulation in relation to the response on Twitter of the famous cosmetics brand Avon to the comment of the influencer Jade Picon administrators. The study has as theoretical assumptions the considerations of Conte (2003) about the anaphoric encapsulation notion, as well as the studies of Cavalcante (2005) in relation to the anaphora and deixis notions. The research corpus consists of the interaction via Twitter from a publication and two comments: the publication of a Jade Picon Twitter follower; the comment of the influencer's page administrators; the Avon's answer to this interaction. The research is exploratory, bibliographic and its analysis is qualitative. The conclusion of this work is that the choice for the deictic in the anaphoric encapsulation use enhances the nucleus syntagm's meaning, giving a pejorative tone to the encapsulation as a whole.

Keywords: Referencing. Anaphoric encapsulation. Deictic.

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais, de um modo geral, já há certo tempo, ocupam um espaço bastante significativo em relação às interações em sociedade. As postagens nas mais diversas

¹ Doutora em Letras. Professora e Coordenadora do PPGL – Doutorado e Mestrado em Letras na Universidade de Passo Fundo. Pesquisadora CNPq. Passo Fundo, Rio Grande do Sul. Brasil. E-mail: claudiast@upf.br.

² Doutoranda em Letras do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo. Passo Fundo, Rio Grande do Sul. Brasil. E-mail: brianeletras@gmail.com.

plataformas da internet não são uma mera opção de interação social, mas representam todo um universo de sentido capaz de gerar consequências diretas no mundo “real”. Plataformas como o Facebook, o Instagram, o Twitter, entre outras podem ser entendidas como uma extensão do indivíduo enquanto integrante de um grupo social. O modo como os sujeitos interagem nessas redes, seus comentários, opiniões, seguidores, fotos, tudo influencia na construção da imagem desse indivíduo perante a sociedade.

Logo, este trabalho justifica-se à medida que busca analisar os efeitos de sentido produzidos no ambiente virtual, mas que mobilizam e interferem na sociedade de forma similar às interações produzidas no mundo “real”. Dessa maneira, analisar as interações que ocorrem nessas plataformas virtuais também nos ajuda a compreender os efeitos de sentido que permeiam as interações comunicativas, mesmo que estas se deem de forma virtual.

Portanto, este trabalho traz à tona justamente os processos de referenciação utilizados nesse universo das redes sociais, considerando que a política de privacidade subjacente a essas plataformas virtuais obriga seus usuários a fazer uso de formas de retomadas que objetivam certa neutralidade, mas que, muitas vezes, não são suficientes para ocultar os efeitos de sentido inevitavelmente produzidos. Assim, o objetivo deste trabalho é analisar o papel do pronome demonstrativo e do dêitico no sentido produzido pelo encapsulamento anafórico, quando da resposta no Twitter da famosa marca de cosméticos Avon ao comentário dos administradores da influenciadora e ex-participante do famoso reality show brasileiro Big Brother Brasil, Jade Picon.

Para tanto, este texto tem como pressupostos teóricos as considerações de Conte (2003) acerca da noção de encapsulamento anafórico, bem como os estudos de Cavalcante (2005) em relação às noções de anáfora e dêixis na perspectiva teórica da Linguística Textual. O *corpus* de pesquisa a ser analisado trata-se de um print do texto que traz a interação via Twitter composta por uma publicação e dois comentários: a publicação de uma seguidora do Twitter de Jade Picon; o comentário dos administradores da página da influenciadora; a resposta da Avon para essa interação. Esta análise é, portanto, do tipo exploratória, bibliográfica, sendo também de caráter qualitativo.

Esta investigação se organiza em dois momentos: primeiramente, construímos a apresentação e reflexão de toda a base teórica utilizada nesta análise, trazendo as principais considerações dos autores que sustentam os pressupostos teóricos. Ao final desta primeira seção, apresentamos um breve percurso metodológico a fim de esclarecer como a teoria será mobilizada no manuseio do *corpus*. Em um segundo momento, a análise do *corpus* de pesquisa é realizada com base em todas as considerações feitas nas reflexões anteriores, com o intuito de alcançarmos o objetivo já determinado deste trabalho.

2 SENTIDOS ESCONDIDOS: OS PROCESSOS DE REFERENCIAÇÃO E SUAS MINÚCIAS

O processo de referenciação, em todo e qualquer texto, é sempre essencial no sentido de “amarrar” os sentidos e conexões que precisam ser mobilizados para que o texto possa, de fato, ser um todo organizado de sentido. Tal processo, no entanto, está

longe de ser simplificado, uma vez que são várias as possibilidades para que esses pontos nodais se apresentem, considerando o referente como um léxico específico, ou toda a porção precedente do texto, ou um conhecimento que se encontra totalmente externo ao texto ou ainda termos dêiticos, que precisam ser apreendidos sempre em relação ao contexto e ao momento em que determinado texto é produzido.

Nesta seção, portanto, vamos tratar do processo de referenciação, especificamente do que chamamos de encapsulamento anafórico, e de certos aspectos que podem influenciar diretamente nessa forma de referenciação, por exemplo, os dêiticos. Essas reflexões estão pautadas nos estudos de linguistas que se ligam ao campo teórico da Linguística do Texto, tomando o texto como objeto de trabalho, estudo e análise.

2.1 ENCAPSULAMENTO ANAFÓRICO E DÊIXIS: UMA RELAÇÃO DE INFLUÊNCIA

Nas produções textuais e discursivas que permeiam as interações em sociedade, parece haver certos critérios essenciais sem os quais não há sentido: é preciso organizar o que se diz. A capacidade de organizar ideias e, a partir disso, construir um texto que, de fato, comunique, é uma habilidade que desenvolvemos (e precisamos desenvolver) desde o início de nossas vidas, especialmente quando o processo de alfabetização é iniciado. Dentre as opções que se abrem quando a tarefa é organizar o sentido, ou sentidos, em um texto, há de se pensar mais especificamente no que chamamos de processo de referenciação. A referenciação, segundo Cavalcante (2005), é um recurso que o produtor do texto utiliza para expressar sua forma particular de retratar o mundo circundante. A estudiosa mostra em vários de seus estudos como os recursos gramaticais auxiliam na construção de sentido textual.³ A referenciação tem sido vista como uma atividade de construção de objetos-do-discurso, que não se confundem com a realidade extralinguística, mas a constroem ou a reconstroem no processo de interação entre os partícipes do processo comunicativo. Assim, referir, tal como tratam muitos estudiosos da Linguística do Texto aqui destacados, é, sobretudo, elaborar uma textualização do mundo em que se fundamentam as escolhas do locutor em função de um querer-dizer a seu interlocutor.

As referências dentro do texto são como pontos nodais que auxiliam o sentido a continuar sendo produzido, ao mesmo tempo em que retomam o que já foi dito, criando pistas para o leitor nessa função de organizar os significados. Assim, é essencial entendermos que o processo de referenciação sempre depende do momento em que o texto é escrito/lido, sendo um aspecto dinâmico do universo textual e dependendo muito do leitor para se concretizar. Como esclarece Cavalcante (2005, p. 125), “os referentes passam a ser, assim, não uma entidade congelada que herdamos e transferimos, mas uma instância de referencialidade constitutivamente indeterminada e efêmera.” De fato, não

³ A título de exemplificação, podemos destacar os trabalhos de Mondada e Dubois (2003), Koch (2002, 2004, 2008), Cavalcante et al. (2010), Marcuschi (2008), Salomão (2010), Koch e Cunha-Lima (2005), Adam (2008), Bentes et al. (2010).

há receita, os referentes não são sempre os mesmos, tampouco constroem os mesmos sentidos. O movimento de referenciação é sempre um movimento novo, que depende do universo textual que está sendo construído naquele momento enunciativo.

Dentre as possibilidades de processos de referenciação que estão à disposição do autor de um texto, um em específico nos chama a atenção considerando a análise a ser desenvolvida mais adiante: o encapsulamento anafórico. O próprio nome de tal processo de referenciação já nos dá pistas de como se constitui a conexão entre referência e referente nesse caso. A expressão encapsulamento já nos permite identificar que estamos nos referindo a um tipo de “condensação” ou “concentração” de algo, e o termo anafórico certamente nos remete à retomada de um termo gramatical no texto, assunto já tão extensamente trabalhado em estudos da linguística textual.

Para maior esclarecimento, entendemos que o encapsulamento anafórico “[...] é um recurso coesivo pelo qual um sintagma nominal funciona como uma paráfrase resumidora para uma porção precedente do texto. Esta porção de texto “[...] pode ser de extensão e complexidade variada (um parágrafo inteiro ou apenas uma sentença).” (CONTE, 2003, p. 177-178). Assim, nos referimos aqui a um sintagma nominal (cujo núcleo, portanto, é um nome) que, pelo modo como se apresenta, é capaz de retomar todo um sentido construído anteriormente, de certa maneira o resumindo e, como veremos mais adiante, muitas vezes lhe emprestando uma avaliação dos fatos a partir da perspectiva do autor do texto.

Os processos de referenciação que se dão por meio de encapsulamentos anafóricos colocam em jogo certa novidade na organização textual e, portanto, de sentido. Conte (2003) afirma que o núcleo do sintagma nominal que corresponde ao encapsulamento anafórico é novo no texto porque não ocorreu nessa forma na materialidade linguística anterior. Além disso, o quesito de novidade se mantém por outro motivo: ao utilizar o encapsulamento anafórico, o autor do texto objetifica o que já foi dito, tornando esse dito um referente. Dessa maneira, organizar a tessitura de um texto a partir de um encapsulamento anafórico significa não apenas operar com um recurso coesivo que empresta organização aos sentidos construídos, mas também utilizar tal ferramenta referencial como “[...] um poderoso meio de manipulação do leitor.” (CONTE, 2003, p. 186).

É essa suposta manipulação que se torna possível a partir do encapsulamento anafórico que nos chama atenção neste trabalho. Como se dá essa manipulação? Que elemento, ou elementos do encapsulamento anafórico têm a capacidade de gerar tal influência? De acordo com Conte (2003), quando o núcleo do sintagma nominal que se configura como um encapsulamento anafórico for um nome axiológico, ou seja, capaz de emprestar determinado valor a esse núcleo nominal, o processo de referência passa, então, a oferecer uma avaliação do que foi dito. Em outras palavras, conseguimos ao menos vislumbrar um posicionamento (ou julgamento) do autor do texto quando do uso do encapsulamento anafórico com nome axiológico em relação ao que é dito antes de tal encapsulamento. Mas seria apenas a axiologia do núcleo do sintagma nominal a responsável por descortinar um posicionamento do autor do texto, especificamente tratando-se do uso do encapsulamento anafórico?

Essa é a pergunta que nos mobiliza e que, por sua vez, já apresenta uma hipótese: um dêitico pode emprestar valor axiológico ao núcleo do sintagma nominal, não sendo apenas esse núcleo o responsável pela definição de valor. Para que possamos, mais adiante, colocar sob análise tal questão, é preciso antes desenvolver a noção de dêixis. Buscando referências que apresentem tal noção de forma mais generalizada, temos que “as expressões linguísticas cuja interpretação se apoia nos parâmetros de lugar, tempo e pessoa da situação de enunciação são chamadas de dêiticas (APOTHÉLOZ [1995], 2003, p. 67). De modo geral, os dêiticos são elementos da superfície textual que remetem a referentes dependentes da situação enunciativa, ou seja, do presente da enunciação, ou seja, o dêitico é o um elemento linguístico que não tem sentido por si só. Ele “ganha” sentido à medida que realiza sua principal função: fazer referência, num enunciado, à situação enunciativa em que a referência é construída. Essas formas linguísticas não têm a capacidade de contemplar um sentido ou significação, mesmo enquanto potencial, por si mesmas, mas dependem inteiramente do momento enunciativo para que possam ser interpretadas. Em relação à dêixis, é importante ressaltar que tal “categoria” de léxico/enunciativa já faz parte de discussões e trabalhos relacionados ao uso de encapsulamento anafórico enquanto ferramenta de referência textual. Conforme Conte (2003, p 183), o próprio uso do demonstrativo no encapsulamento anafórico apresenta um poder dêitico, uma vez que “[...] apresenta um objeto textual novo ao leitor, ou o põe em foco.” Nesse sentido, o demonstrativo também atua como uma espécie de pista ou indício para que o leitor do texto localize o referente do encapsulamento anafórico.

De modo geral, “entendemos que, para um processo referencial ser considerado dêitico, ele precisa fazer apelo ao ponto de origem em que se situa o falante, ou o coenunciador”. (CAVALCANTE, 2005, p. 126). Esse ponto de origem se refere tanto ao texto enquanto superfície textual quanto ao momento, o aqui/ agora, o contexto no qual autor e leitor do texto se encontram.

É nesse sentido que se torna importante esclarecer que este trabalho visa, de certa forma, abarcar o universo da Linguística Textual (LT), porém em um contexto enunciativo, em que a atualização dos sentidos sempre se dá em um aqui e agora específicos que são irrepetíveis. As noções de anáfora e encapsulamento anafórico, objetos específicos dos estudos de LT, são analisados aqui enquanto parte essencial na organização de sentido do *corpus* deste trabalho. Assim, é preciso considerar as noções desta análise (LT, referência, anáfora por encapsulamento anafórico, dêitico) enquanto esforço mútuo na construção dos efeitos de sentido.

Na próxima seção, a metodologia da análise proposta é apresentada, a fim de explicitar o modo como o trabalho com o *corpus* será desenvolvido, tendo em vista sempre o objetivo deste trabalho.

2.2 O ESTUDO QUE TOMA FORMA: CAMINHOS PARA A ANÁLISE

Para o desenvolvimento da análise proposta neste trabalho, optamos pela escolha de um *corpus* que reflete e exemplifica muito da forma como se dá a troca comunicativa

em sociedade por meio de redes sociais, tão massivamente utilizadas e que hoje representam um universo importante de interação humana. Nosso *corpus*, portanto, é composto pela interação (textos) via Twitter a partir de uma publicação e dois comentários: a publicação de uma seguidora do Twitter de Jade Picon; o comentário dos administradores da página da influenciadora; a resposta da Avon para essa interação. Uma contextualização de tal rede social, bem como da influenciadora envolvida e da marca de cosméticos, será realizada na seção de análise.

Tal interação via Twitter é trazida em formato de *print*, já com o intuito de mostrar na análise a interação exatamente do modo como ela ocorre na plataforma Twitter. A pesquisa aqui proposta é, portanto, do tipo exploratória e bibliográfica, sendo sua abordagem qualitativa. Como suporte para tal pesquisa, utilizamos as noções de encapsulamento anafórico explanadas por Conte (2003), bem como as noções de anáfora e dêixis trabalhadas por Cavalcante (2005), considerando os estudos realizados pelos teóricos da Linguística do Texto.

Assim, partimos agora para a análise do *corpus*, no intuito de alcançarmos o objetivo aqui proposto, sempre considerando os pressupostos teóricos que, na presente seção, foram apresentados e explorados de forma a embasar as discussões propostas adiante. A seção de análise organiza-se de forma que, num primeiro momento, o *corpus* de pesquisa é apresentado e contextualizado dentro de seus limites e, na sequência, os indícios e pistas de tal *corpus* são trazidos à tona à luz dos conceitos explicados na seção teórica, a fim de tecermos uma análise com vistas a alcançarmos o objetivo deste trabalho.

3 “DAQUELA MARCA LÁ”: O DÊITICO ENQUANTO DETERMINANTE DE SENTIDO

Eis o momento em que trazemos à luz o *corpus* deste trabalho para que seja possível sua análise, a partir da qual iremos tecer algumas considerações levando em conta o aporte teórico já apresentado. Assim, e considerando o objetivo a que nos propomos, segue o *corpus* desta pesquisa.

Figura 1 - Print interação Twitter



Fonte: Meio e Mensagem (2022)

Antes de nos atermos à análise dos enunciados em questão, é preciso contextualizar a situação em que se dá tal interação, esclarecendo as pessoas e demais organizações envolvidas no contexto. Começemos pelo Twitter⁴. Com o tempo, o Twitter foi ganhando configurações diferentes e espaços para as pessoas publicarem fotos e vídeos, além, é claro, de expressarem suas opiniões por meio dos twites. Essa última função é, de fato, a que torna o Twitter uma verdadeira arena de opiniões e embates. E hoje é possível perceber que seus usuários utilizam a rede social principalmente para expor seus posicionamentos sobre os mais variados assuntos. Em outras palavras, talvez o Twitter seja um dos lugares mais polêmicos da internet, uma vez que é em espaços como esse que os sujeitos buscam marcar suas posições e lugares enquanto integrantes da/na sociedade.

Ainda contextualizando nosso *corpus*, precisamos contextualizar sobre o maior e mais famoso reality show da televisão brasileira, Big Brother Brasil, que teve sua primeira edição no ano de 2001 e, até os dias de hoje, é campeão de audiência, levantando os ibopes da emissora Globo no período de sua exibição e certamente promovendo as mais variadas interações entre o público que assiste de fora, mas que participa ativamente dos acontecimentos que se desenrolam entre os confinados. É importante esclarecer que, desde a edição de 2020, não só participantes anônimos são aprovados no processo de seleção e entram na casa do reality show, mas também famosos como cantores, atores, celebridades da internet, entre outros, passaram a ser convidados a participar do programa.

Essa nova configuração do Big Brother Brasil acabou provocando alterações, principalmente pensando na relação do público e dos participantes confinados na casa. Mesmo os participantes não tendo acesso às suas redes sociais enquanto estão no programa, suas contas continuam sendo mantidas e movimentadas pelo que conhecemos agora por “administradores”. Os administradores, basicamente, são uma espécie de equipe de cada participante do reality, que fica responsável pelas redes sociais do participante enquanto ele está dentro da casa. Até poderíamos imaginar que tais administradores fizessem seu trabalho e que isso em nada influenciaria na participação dos confinados, porém essa não é a realidade. Nas últimas edições do programa, foi possível observar que as movimentações das redes sociais pelas mãos dos administradores influenciaram diretamente na trajetória do participante na casa, prejudicando ou auxiliando sua imagem com o público.

Mais especificamente na edição de 2022, uma das participantes do rol de pessoas famosas era a influenciadora Jade Picon. Jade é uma figura bastante conhecida na internet, principalmente na plataforma YouTube, onde, há muitos anos, posta os mais diversos vídeos de entretenimento, moda, dia a dia, entre outros assuntos. Jade foi um dos grandes nomes da edição 2022 do reality show, tanto pela sua participação dentro da casa quanto

⁴ A rede social conhecida como Twitter foi criada no ano de 2006 por Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone e Eva Williams; desde então, tornou-se uma das plataformas online mais importantes do mundo, utilizada por milhões de pessoas em diversos países.

pelos acontecimentos que ocorreram simultaneamente do lado de fora, sobretudo em relação às suas redes sociais.

Outro nome que aparece em evidência nessa interação via Twitter – *corpus* desta pesquisa – é a marca de cosméticos Avon. Esta foi fundada em Nova Iorque no ano de 1886, sendo que no Brasil ela só apareceu em 1958. De qualquer maneira, a marca hoje é uma das mais comercializadas no Brasil, sendo uma das patrocinadoras do Big Brother Brasil 2022, ou seja, os participantes do reality show fizeram uso dos produtos da marca enquanto estavam confinados.

Depois da apresentação deste contexto, agora apresentamos separadamente os três enunciados que compõem o *corpus* de análise, para que o trabalho a partir daqui seja organizado:

Enunciado 1: “ADM descobre o batom lindo que ela tem usado na casa?” (usuária do Twitter).

Enunciado 2: “Deve ser daquela marca lá” (administradores do Twitter de Jade Picon - @jadepicon).

Enunciado 3: “É óóóbvio que é meu Power Stay Vermelhaço, o único batom não sai da boca da Jade. Chama uma das representantes pra você também ficar perfeita com o batom ‘daquela marca lá’, [...]. Beijinhos da Power Stay.” (Avon - @Avon).

Com os enunciados evidenciados, podemos começar a tecer considerações acerca de tal interação. A primeira questão a ser observada é o modo como essa sequência de enunciados nos mostra o “nascimento” de um encapsulamento anafórico, que condiz com as características anteriormente apresentadas em relação a essa forma de referenciação. A interação é iniciada com uma usuária do Twitter (a imagem e o nome da usuária em questão foram protegidos por questões de ética e direito à imagem) perguntando aos administradores da página de Jade Picon qual é o batom que a participante tem usado enquanto está confinada. A partir desse primeiro movimento, os administradores da página da influenciadora Jade respondem com a frase que geraria muita polêmica: “Deve ser daquela marca lá”.

Aqui temos o encapsulamento anafórico, em que ocorre o uso do pronome demonstrativo junto ao núcleo do sintagma nominal e de um marcador dêitico. De fato, lembramos que o encapsulamento anafórico “[...] descreve uma anáfora lexicalmente baseada, construída com um nome geral como núcleo lexical e revela uma clara preferência por um determinante demonstrativo.” (CONTE, 2003, p. 177). Esse encapsulamento anafórico retoma parte do que foi dito antes, apresentando-se como uma resposta ao que foi questionado pela usuária da rede social Twitter. Dessa maneira, “na base da informação velha, um novo referente discursivo é criado, e se torna o argumento de predicações futuras.” (CONTE, 2003, p. 183). Essa ideia de que o encapsulamento anafórico cria um novo referente no discurso que passa a ser base argumentativa para enunciados futuros pode ser percebida na resposta da marca Avon para o comentário dos administradores da página de Jade Picon, quando em seu twite a marca volta a utilizar o sintagma nominal “daquela marca lá” para se referir a si mesma. Ou seja, o que antes

estava sendo simplesmente tratado de forma “neutra” para fazer relação a um produto, agora é referenciado por meio de um encapsulamento anafórico que construiu certos sentidos. Mas que sentidos são esses?

Aqui precisamos abordar outra característica bastante recorrente quando do uso de encapsulamentos anafóricos: a escolha por um núcleo axiológico no sintagma nominal. Axiologia, lembremos, nos remete a valor, ou seja, um núcleo axiológico aqui se trata de uma palavra, um signo, cujo sentido é muito suscetível de caracterizar um posicionamento de seu autor. Dessa maneira, “[...] quando o núcleo do sintagma nominal anafórico é um nome axiológico, o texto oferece uma avaliação dos fatos e eventos descritos.” (CONTE, 2003, p. 186). Em outras palavras, normalmente é a partir do núcleo do sintagma nominal que conseguimos vislumbrar um posicionamento do autor de tal encapsulamento. No entanto, no caso do sintagma nominal “daquela marca lá”, outro processo parece ocorrer, processo esse que nos remete, também, a esse juízo de valor normalmente concentrado no núcleo do sintagma nominal.

É preciso entender, antes de mais nada, que o uso do encapsulamento anafórico “daquela marca lá”, por parte dos administradores da página de Jade Picon, parece ter surtido efeitos de sentido pejorativos em relação à marca. Isso pode ser observado já num primeiro momento pela resposta da Avon para tal comentário, mas também pôde ser percebido ao longo de dias com as mais diversas referências ao ocorrido, através das mais diversas redes sociais, incluindo o próprio Twitter, com comentários posteriores de vários usuários, além da troca do próprio nome de usuário da Avon, que antes era @Avon, e por um dia passou a ser @daquelamarcala.

Toda essa repercussão, de fato, ainda que com muito humor nas interações, nos faz acreditar que o sentido propagado a partir do uso do encapsulamento anafórico foi em tom pejorativo em relação à marca. Mas que aspecto do encapsulamento anafórico permitiu tal construção de sentido? Teria sido o núcleo do sintagma nominal? O léxico “marca” foi caracterizado como axiológico e, portanto, foi capaz de emitir tal juízo de valor? Acreditamos que não, eis o porquê:

Primeiramente, é preciso dizer que o núcleo do sintagma nominal, ou seja, a forma “marca” não parece conter em si aspectos que possam ser considerados axiológicos. De fato, a Avon é uma marca de cosméticos, e a forma nominal “marca” talvez possa ser considerada uma das maneiras mais neutras de se fazer referência à empresa (lembrando que entendemos que não há neutralidade na língua, mas que algumas formas verbais parecem carregar mais ou menos potencialidade de sentido em relação a emitir juízo de valor).

Se não é o núcleo do sintagma nominal o responsável por esse sentido pejorativo que foi construído, só nos resta olhar com atenção para a vizinhança de tal núcleo: as formas “daquela” e “lá”. Em “daquela” temos a preposição (de) + o pronome demonstrativo (aquela), cuja união parece influenciar no sentido do núcleo do sintagma nominal, conferindo-lhe um caráter de distanciamento, mas de toda forma a referência se constrói. Além disso, temos a forma dêitica “lá”, que, além de solicitar ao leitor que se contextualize no tempo/espço para conseguir construir tal referência, neste texto, parece

também moldar um aspecto de distância e/ou menos valia em relação ao sentido conferido pelo leitor a partir da leitura do núcleo do sintagma nominal.

Sobre esse encontro do núcleo do sintagma nominal e de formas dêiticas, Cavalcante (2005, p. 126) afirma que “[...] se elegermos como critério primário a retomada de referentes no discurso, poderemos aceitar que a dêixis pode cruzar o caminho da anáfora e da introdução, referencial, não as excluindo, mas inserindo nessa interseção uma soma de subjetividades.”. Eis o que nos interessa e nos chama atenção quando da análise do *corpus* desta pesquisa: as avaliações que o pronome demonstrativo e a forma dêitica no encapsulamento anafórico parecem emprestar ao núcleo do sintagma, conferindo-lhe, dessa maneira, uma espécie de axiologia que não lhe é própria, mas que ocorre especificamente nessa ocasião, construindo um sentido para o texto, determinado pelo uso dos termos referenciais (pronome e dêitico).

Em suma, a hipótese que nos salta aos olhos quando desta análise é a de que, nesse caso específico, o que torna o núcleo do sintagma nominal axiológico é o pronome demonstrativo e a forma dêitica que o acompanham, e não o próprio núcleo do sintagma, como normalmente ocorre em encapsulamentos anafóricos. Juntos eles provocam o sentido construído e veiculado no texto em questão. De qualquer maneira, não sabemos e nem saberemos qual foi a intenção dos administradores da conta do Twitter de Jade Picon ao realizarem tal referência por meio do encapsulamento anafórico analisado aqui como *corpus*, porém os efeitos de sentido construídos, de modo geral, penderam para um modo pejorativo de fazer referência à marca Avon.

É importante lembrar, nesse ínterim, que “[...] os tipos de suposição que o falante julga estarem representadas na mente do interlocutor interferem diretamente nas escolhas dos processos referenciais que são considerados mais adequados a cada momento da enunciação e nos diferentes modos de expressá-los.”. (CAVALCANTE, 2005, p. 137). Não podemos, de forma alguma, afirmar que tal configuração do encapsulamento anafórico foi construída já com vistas a um sentido pejorativo, porém os efeitos de sentido que transcorreram desse uso parecem ter pendido muito mais para esse lado, sendo que há indícios de que tal processo ocorreu justamente por conta não do núcleo do sintagma nominal, mas do pronome demonstrativo e da forma dêitica; afinal, a “[...] dêixis é o fenômeno subjetivo por excelência.”. (CAVALCANTE, 2005, p. 141).

A seguir, na última seção deste trabalho, desenhamos algumas considerações finais que surgem da análise aqui realizada, tendo em vista o objetivo deste trabalho e a base teórica apresentada logo no início.

4 INDÍCIOS DE UMA CONCLUSÃO

Este trabalho abordou o uso de um recurso de referência chamado encapsulamento anafórico, mais especificamente analisando sua decorrência na interação via Twitter entre três perfis diferentes: uma usuária do Twitter e seguidora da influenciadora e, à época, participante do Big Brother Brasil, Jade Picon; os administradores do perfil do Twitter de tal influenciadora; o perfil da marca de cosméticos Avon.

O objetivo deste trabalho foi analisar a influência do pronome demonstrativo e do dêitico no sentido produzido pelo encapsulamento anafórico quando da resposta no Twitter da famosa marca de cosméticos Avon ao comentário dos administradores da influenciadora Jade Picon. Na análise dos enunciados que compõem o *corpus*, foi possível observar que o encapsulamento anafórico não comportava, de fato, um núcleo do sintagma que pudesse ser compreendido como axiológico. Porém, a configuração do encapsulamento anafórico utilizado na resposta dos administradores do perfil de Jade Picon repercutiu de modo a criar um efeito de sentido pejorativo, como se os administradores do perfil de Jade, de certa maneira, menosprezassem o nome da marca, não fazendo questão de fazer referência a ela de forma clara.

Como já afirmado anteriormente, não temos e nem teremos acesso à intenção dos autores do comentário quando preferiram o uso de tal configuração do encapsulamento anafórico. É possível que o autor, ou autores, tenham optado por não fazer referência diretamente ao nome da marca Avon por questões de direitos autorais, que sabemos ser um processo que permeia de forma abrangente as interações pela internet. Porém, considerando que a marca Avon era uma das patrocinadoras oficiais do reality show e que seu patrocínio, inclusive, era recorrentemente reiterado, essa hipótese de apagamento de referência direta à marca não parece fazer sentido.

Portanto, a partir da análise do *corpus*, foi possível constatar que o efeito de sentido pejorativo parece estar muito mais vinculado ao uso do pronome demonstrativo e da forma dêitica do que uma possível axiologia própria do núcleo do sintagma nominal. A hipótese aqui desenhada é a de que o núcleo do sintagma nominal, de certa maneira, foi acrescentado de valor, de axiologia, justamente por conta do pronome e do dêitico, e não meramente por seu léxico.

De maneira geral, as interações em sociedade sempre estão num processo dinâmico de construção de efeitos de sentido e, ao que parece, a internet e as redes sociais expandiram de forma exponencial as diferentes configurações que um texto/discurso/interação pode apresentar. Certamente não chegamos a conclusões pontuais sobre o assunto, nem poderíamos, considerando a essência dinâmica das interações humanas por meio da língua. Mas análises como essas certamente nos ajudam a desbravar um pouco mais dos caminhos que a significação toma e que são capazes de gerar turbulências, manifestações, reações das mais variadas espécies no mundo “real”.

REFERÊNCIAS

- APOTHÉLOZ, D. Rôle et fonctionnement de l'anaphore dans La dynamique textuelle. 1995. Tese (Doutorado) – Université de Neuchatel, 1995, p. 18-43. In: CAVALCANTE, M. M.;
- RODRIGUES, B. B.; CIULLA, A. (Org.). *Referenciação*. São Paulo: Contexto, 2003.
- CAVALCANTE, Mônica M. Anáfora e dêixis: quando as retas se encontram. In: KOCH, Ingedore; MORATO, Edwiges M.; BENTES, Anna C. (Org.). *Referenciação e discurso*. São Paulo: Contexto, 2005.

CONTE, Maria-Elisabeth. Encapsulamento anafórico. In: CAVALCANTE, Mônica M.; RODRIGUES, Bernardete B.; CIULLA, Alena (Org.). *Referenciação*. Clássicos da linguística 1. São Paulo: Contexto, 2003. p. 177-190.

MEIO E MENSAGEM. “*Aquela marca lá*”: por que a Avon mudou seu nome no Twitter. Disponível em:
<https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2022/02/10/aquela-marca-la-por-que-a-avon-mudou-seu-nome-no-twitter.html>. Acesso em: 20 abr.2023.