

RESPONSABILIDADE ENUNCIATIVA, DISCURSO E PERSUASÃO

Valnecy Oliveira Corrêa Santos*

RESUMO: Este trabalho traz um estudo sobre Responsabilidade Enunciativa (RE). Objetiva examinar como a RE é apresentada em um encarte publicitário e de que forma o Ponto de Vista (PDV) enunciativo concorre para construir argumentação. Três questões moveram este estudo: Qual o PDV predominante no encarte publicitário da Editora Companhia das Letras que divulga uma nova edição da Bíblia? O PDV predominante no encarte favorece a construção da argumentação no texto? No encarte, que elementos linguísticos são utilizados para tecer a argumentação e de que forma esta favorece à persuasão? O estudo da RE considerou a classificação proposta por Rabatel (2016). Finalizada a análise, obtive as seguintes respostas: o PDV predominante no encarte publicitário analisado é o afirmado. O PDV predominante favorece a argumentação e comporta estratégias persuasivas para convencer o leitor da verdade do texto. Os elementos linguísticos utilizados para argumentação foram os lexemas afetivos, avaliativos e axiológicos.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Enunciativa. Ponto de Vista. Argumentação. Discurso. Persuasão.

ABSTRACT: This paper presents a study on Enunciative Responsibility (RE). It aims to examine how RE is presented in an advertising insert and how the enunciative Point of View (PDV) tends to build argumentation. Three questions propelled this study: What is the predominant PDV in the advertising insert of Editora Companhia das Letras that publishes a new edition of the Bible? Does the predominant PDV in the insert favor the construction of the argument in the text? In the insert, what linguistic elements are used to weave the argument and in what way does it favor persuasion? The RE study considered the classification proposed by Rabatel (2016). At the end of the analysis, the following answers were obtained: the predominant PDV in the publicity insert analyzed is the one affirmed. The predominant PDV favors argumentation and involves persuasive strategies to convince the reader of the truth of the text. The linguistic elements used for argumentation were affective, evaluative and axiological lexemes.

KEYWORDS: Enunciative responsibility. Point of view. Argumentation. Speech. Persuasion.

1 INTRODUÇÃO

Os estudos do texto e do discurso têm sido impulsionados, a cada dia, por pesquisas situadas sob diferentes perspectivas, ocupando, assim, uma dimensão considerável nos estudos linguísticos. Isso significa que, ao tomar o texto como objeto de análise, convém, primeiramente, situar a perspectiva teórica sob a qual ele é compreendido. No presente trabalho,

* Doutoranda em Estudos da Linguagem na Universidade Federal do Rio Grande Norte do Norte – UFRN. Mestre em Letras pela Universidade Estadual do Piauí – UESPI. Graduada em Letras pela Universidade Federal do Maranhão – UFMA. Professora Assistente A da Universidade Federal do Maranhão – UFMA. Membro do Grupo de Pesquisa em Estudos do Texto e do Discurso – GETED. E-mail: valnecycorrea@hotmail.com; valnecy.correa@ufma.br.

compreendo o texto como forma de manifestação verbal da língua, produto das relações sócio-históricas e culturais, cujo sentido está vinculado ao seu contexto de produção (ADAM, 2011).

Com base nesta concepção, analiso um texto pertencente ao gênero encarte publicitário, buscando encadear as três dimensões complementares segundo propõe a Análise Textual dos Discursos (ATD): a enunciativa, a referencial e a argumentativa.

Ao abordar a dimensão enunciativa, busco responder qual o Ponto de Vista (PDV) enunciativo predominante no encarte publicitário. Para tanto, utilizo os fundamentos de Rabatel (2016), segundo o qual a dimensão enunciativa pode ser compreendida a partir de três PDV: PDV representado, PDV narrado e PDV afirmado (assertado).

Em seguida, apresento a análise do encarte publicitário, na qual busco observar se os PDV concorrem para a construção da dimensão argumentativa do texto, favorecendo a construção de um discurso persuasivo. Para tanto, apresento, antes, a análise do plano de texto, segundo a perspectiva da ATD.

Ao concluir esta abordagem, apresento uma síntese do estudo realizado, no intuito de responder às três questões propostas neste estudo: Qual o PDV predominante no encarte publicitário da Editora Companhia das Letras que divulga uma nova edição da Bíblia? O PDV predominante no encarte favorece a construção da argumentação no texto? No encarte, que elementos linguísticos são utilizados para tecer a argumentação e de que forma esta favorece à persuasão?

2 RESPONSABILIDADE ENUNCIATIVA E PONTO DE VISTA

A Análise Textual dos Discursos (ATD) de Jean-Michel Adam situa-se como uma das vertentes da Linguística de Texto. Apresenta um método analítico-descritivo para a compreensão textual, através da qual é possível chegar ao discurso, parte imanente ao texto. Para a ATD, compreender um texto significa questionar os limites exterior e interior do texto. No exterior, encontra-se o contexto, dados da situação que entram na construção do sentido dos enunciados e que podem ser recuperados por meio dos conhecimentos enciclopédicos do leitor. Já no interior, está o cotexto, a estrutura textual, “dado mais imediatamente acessível. Se o cotexto está disponível e se ele se mostra suficiente, o interpretante não vai procurar em outro

lugar” (ADAM, 2011, p. 53). Nessa perspectiva, o sentido de contexto está relacionado ao ambiente linguístico do texto, às relações cotextuais.

O texto é, para Adam (2011), uma forma de manifestação verbal da língua, intrinsecamente relacionada ao contexto sócio, histórico e cultural em que foi produzido. “É, ao mesmo tempo, uma proposição de mundo (Rd¹) e de sentido, um sistema de determinações e um espaço de reflexividade metalinguística” (ADAM, 2011, p. 115). Na análise proposta por Adam, o texto possui três dimensões complementares: “uma **dimensão enunciativa** que se encarrega da representação construída verbalmente de um **conteúdo referencial** e dá-lhe uma certa **potencialidade argumentativa** que lhe confere uma força ou **valor ilocucionário** mais ou menos identificável (ADAM, 2011, p. 109)².

A dimensão referencial comporta a representação discursiva do texto. “A atividade discursiva de referência constrói, semanticamente, uma representação, um objeto de discurso comunicável” (ADAM, 2011, p. 113). Rodrigues, Passegi e Silva Neto (2010, p. 173), acrescentam que, na dimensão referencial, “cada expressão utilizada categoriza ou *perspectiva*³ o referente de uma certa maneira”. Dessa forma, compreender a função da dimensão referencial é também compreender que o diálogo por meio de um texto requer negociação entre os interlocutores, no sentido de ser esta uma condição necessária para (re)construção de sentido(s), capaz de garantir a efetiva interação.

A dimensão enunciativa é baseada “na noção de responsabilidade enunciativa, que corresponde às “vozes” do texto, à sua polifonia” (RODRIGUES, PASSEGI, SILVA NETO, 2010, p. 152). Segundo Adam (2011, p. 117), “o grau de responsabilidade enunciativa de uma proposição é suscetível de ser marcado por um grande número de unidade da língua”, tais como os índices de pessoas, os dêiticos espaciais e temporais, os tempos verbais, as modalidades, os diferentes tipos de representação da fala, as indicações de quadro mediadores, dentre outros. Já para Rabatel (2016), a dimensão enunciativa explicita a relação do sujeito com o objeto de discurso, uma vez que a forma de dizer, ou seja, o PDV escolhido favorece a construção e interpretação de um referente presente no texto.

A terceira dimensão, a argumentativa, está, segundo Adam (2011), presente em todo enunciado. A construção desta dimensão está intrinsecamente relacionada às duas outras.

¹ Realidade discursiva.

² Grifos do autor.

³ Grifo dos autores.

À referencial, no sentido de que há, na representação discursiva, o peso de um argumento que contribui para que a imagem projetada pelo enunciador possa ser reconstruída pelo enunciatário. A verdade do texto torna-se, assim, uma construção discursiva. À enunciativa (conforme será detalhado mais adiante neste texto) pela forma como o enunciador constrói e explicita, no texto, o PDV.

Ao tratar sobre a responsabilidade enunciativa, Rodrigues, Passegi e Silva Neto (2010) ressaltam que não existe um consenso entre os autores que se dedicam ao estudo deste assunto. Seguindo a linha proposta por esses estudiosos, reitera-se que será adotada, neste texto, a perspectiva de Rabatel (2016).

Para Rabatel, a responsabilidade enunciativa pode ser percebida através de três modalidades de ponto de vista: PDV representado, PDV narrado e PDV afirmado (assertado). Nos três casos, o autor enfatiza que todo PDV é assumido, embora nem sempre o enunciador, ou seja, aquele que defende um ponto de vista, seja também o locutor. Este é percebido em primeira instância, na materialidade do texto. Já o enunciador encontra-se no nível do discurso, espaço de manifestação da subjetividade.

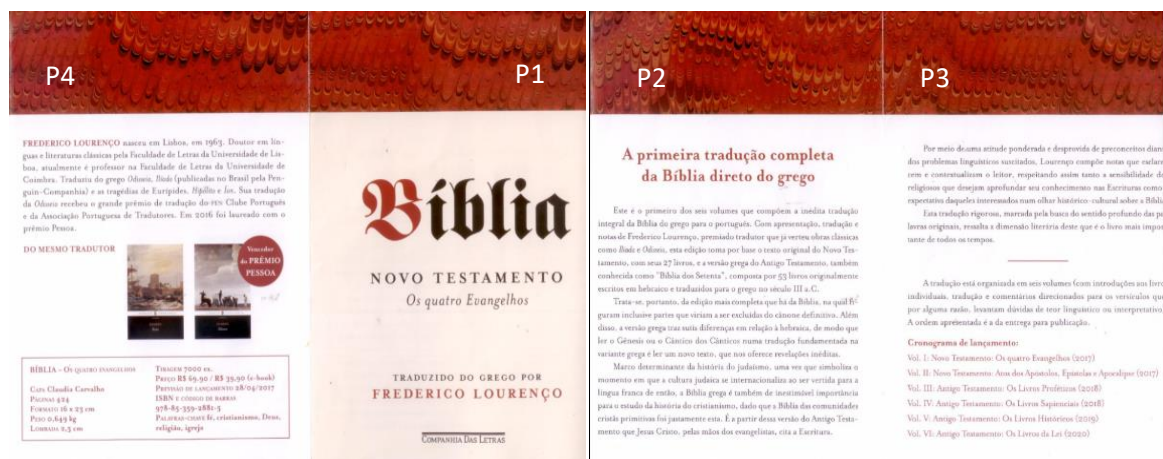
Rabatel (2016), explica que o PDV representado é percebido no texto através de frases sem falas, podendo ser identificado por meio de palavras/expressões de referência dêitica e espaço-temporal. Trata-se de um enunciador que nem sempre é nomeado, mas cuja presença é possível de ser identificada. No PDV narrado, o enunciador não assume a responsabilidade sobre o que é dito, mas atribui a outros. Sua função é apenas de locutor. Já o PDV afirmado (assertado) torna mais nítida a presença do enunciador, uma vez que o locutor assume o ponto de vista apresentado, sendo, locutor e enunciador ao mesmo tempo, o que Rabatel (2016) representa pela fórmula L1E1.

É importante frisar que o um texto pode apresentar mais de um PDV, o que justifica o uso do termo predominância nas questões proposta neste trabalho. Na seção que segue, apresento a análise do texto, visando a tornar os conceitos apresentados mais compreensíveis.

3 ANÁLISE DE PDV EM ENCARTE PUBLICITÁRIO: construção de argumentos e persuasão

Para esta análise, foi escolhido um encarte publicitário publicado pela Editora Companhia das Letras para divulgar uma nova edição da Bíblia. Compreendo encarte publicitário como texto multimodal por, normalmente, conjugar linguagem verbal e não-verbal para construir de sentidos (MARCUSCHI, 2008). Trata-se de um texto organizado em uma ou mais páginas, produzido com o objetivo de divulgar produtos e/ou serviços.

O encarte em análise é organizado em quatro páginas: na primeira (P1), a capa que ilustra o livro publicado; nas páginas dois (P2) e três (P3), há uma descrição acerca da obra e do tradutor e, na quatro (P4), há duas notas: uma sobre o tradutor e outra com a ficha técnica da obra, conforme demonstrado de forma panorâmica na imagem que segue.



Nas páginas dois e três, encontra-se o seguinte texto, o mais longo do encarte.

A primeira tradução completa da Bíblia direto do grego

Este é o primeiro dos seis volumes que compõem a inédita tradução integral da Bíblia do grego para o português. Com apresentação, tradução e notas de Frederico Lourenço, premiado tradutor que já verteu obras clássicas como *Ilíada* e *Odisseia*, esta edição toma por base o texto original do Novo Testamento, com seus 27 livros, e a versão grega do Antigo Testamento, também conhecida como “Bíblia

dos Setenta”, composta por 53 livros originalmente escritos em hebraico e traduzidos para o grego no século III a. C.

Trata-se, portanto, da edição mais completa que há da Bíblia, na qual figuram inclusive partes que viriam a ser excluídas do cânone definitivo. Além disso, a versão grega traz sutis diferenças em relação à hebraica, de modo que ler Gênesis ou o Cântico dos Cânticos numa tradução fundamentada na variante grega é ler um novo texto, que nos oferece revelações inéditas.

Marco determinante da história do judaísmo, uma vez que simboliza o momento em que a cultura judaica se internacionaliza ao ser vertida para a língua franca de então, a Bíblia grega é também de inestimável importância para o estudo da história do cristianismo, dado que a Bíblia das comunidades cristãs primitivas foi justamente esta. É a partir dessa versão do Antigo Testamento que Jesus Cristo, pelas mãos dos evangelistas, cita a Escritura.

Por meio de uma atitude ponderada e desprovida de preconceitos diante dos problemas linguísticos suscitados, Lourenço compõe notas que esclarecem e contextualizam o leitor, respeitando assim tanto a sensibilidade dos religiosos que desejam aprofundar seu conhecimento nas Escrituras como a expectativa daqueles interessados num olhar histórico-cultural sobre a Bíblia.

Esta tradução rigorosa, marcada pela busca do sentido profundo das palavras originais, ressalta a dimensão literária deste que é o livro mais importante de todos os tempos.

A tradução está organizada em seis volumes (com introduções aos livros individuais, tradução e comentários direcionados para os versículos que, por alguma razão, levantam dúvidas de teor linguístico ou interpretativo). A ordem apresentada é a da entrega para publicação [Em seguida o texto apresenta o cronograma de lançamento dos volumes].

3.1 O Plano de Texto

Segundo Adam (2011, p. 257), “os planos de texto desempenham um papel fundamental na composição macrotextual do sentido. Correspondem ao que a retórica colocava na *disposição*, parte da arte de escrever e da arte oratória que regrava a ordenação dos argumentos tirados da *invenção*⁴”. Adam argumenta que o plano de texto é o principal fator unificador da estrutura composicional e que este pode ser convencional ou ocasional. O primeiro equivale aos textos que atendem à estrutura composicional esperada para o gênero ou subgênero do discurso. O segundo surpreende pelo inesperado para o gênero ou subgênero do discurso. Com base nestas prerrogativas, a primeira ação desta análise consiste em resgatar o plano de texto presente no encarte em estudo.

Ao analisar o encarte em estudo, observei que ele segue a estrutura do modelo retórico clássico. Há uma organização dividida em cinco parágrafos, desenvolvidos a partir do título, “A primeira tradução completa da Bíblia direto do Grego”, que pode ser considerado como exórdio (Adam, 2011), por trazer uma indicação do assunto do texto, com função de despertar o interesse do leitor para o seu conteúdo.

O primeiro parágrafo é dividido em dois períodos que apresentam sumariamente a edição da Bíblia anunciada e o responsável pela tradução. No primeiro, encontra-se a “*proposição*⁵ (causa ou tese resumida do discurso)” (ADAM, 2011, p. 257). No segundo, a *divisão* (anúncio do plano), ou seja, traz a informação acerca da obra publicada: trata-se de uma tradução da bíblia de um texto original tanto do Novo quanto do Antigo Testamento.

Nos três parágrafos seguintes, são apresentados argumentos para justificar a relevância da versão apresentada pela Companhia das Letras. Para tanto, o texto explicita a representatividade do texto original da Bíblia em grego. Esta parte do texto compreende a “*confirmação*⁶ (que prova a verdade avançada na proposição)”, através da “*narração*⁷ (exposição de fatos)” (ADAM, 2011, p. 257).

O último parágrafo é organizado em torno de apenas uma proposição, que representa a *peroração*⁸ ou exclamação final: “Esta tradução rigorosa, marcada pela busca do

⁴ Grifos do autor.

⁵ Grifo do autor.

⁶ Grifo do autor

⁷ Grifo do autor

⁸ Grifo do autor

sentido profundo das palavras originais, ressalta a dimensão literária deste que é o livro mais importante de todos os tempos”.

A análise do plano de texto denota uma organização argumentativa fixa, tradicional dos discursos voltados para o convencimento, a persuasão. Ao considerar o produto anunciado, uma nova versão da Bíblia, texto que mantém uma estrutura formal, esse plano de texto concorre para o sentido pretendido no encarte, cujo enfoque consiste em anunciar um produto novo, mas que mantém suas bases originais, além de ser “o livro mais importante de todos os tempos”.

3.2 Análise do Ponto de Vista (PDV)

Seguindo a análise, passo a abordar os PDV. Para tanto, o número 1 sinalizará a presença de PDV representado; o número 2 de PDV narrado e o número 3 de PDV afirmado (assertado).

Este é o primeiro dos seis volumes que compõem a inédita tradução integral da Bíblia do grego para o português (3). Com apresentação, tradução e notas de Frederico Lourenço, premiado tradutor que já verteu obras clássicas como *Ilíada* e *Odisseia*, (3) esta edição toma por base o texto original do Novo Testamento, (3) com seus 27 livros, e a versão grega do Antigo Testamento, também conhecida como “Bíblia dos Setenta”, composta por 53 livros originalmente escritos em hebraico e traduzidos para o grego no século III a. C.

Trata-se, portanto, da edição mais completa que há da Bíblia, (3) na qual figuram inclusive partes que viriam a ser excluídas do cânone definitivo. Além disso, a versão grega traz sutis diferenças em relação à hebraica, de modo que ler Gênesis ou o Cântico dos Cânticos numa tradução fundamentada na variante grega é ler um novo texto, que nos oferece revelações inéditas. (3)

Marco determinante da história do judaísmo, uma vez que simboliza o momento em que a cultura judaica se internacionaliza ao ser vertida para a língua franca de então, a Bíblia grega é também de inestimável importância para o estudo da história do cristianismo (3), dado que a Bíblia das comunidades cristãs primitivas foi

justamente esta. É a partir dessa versão do Antigo Testamento que Jesus Cristo, pelas mãos dos evangelistas, cita a Escritura. (3)

Por meio de uma atitude ponderada e desprovida de preconceitos diante dos problemas linguísticos suscitados, Lourenço compõe notas que esclarecem e contextualizam o leitor, respeitando assim tanto a sensibilidade dos religiosos que desejam aprofundar seu conhecimento nas Escrituras como a expectativa daqueles interessados num olhar histórico-cultural sobre a Bíblia. (3)

Esta tradução rigorosa, marcada pela busca do sentido profundo das palavras originais, ressalta a dimensão literária deste que é o livro mais importante de todos os tempos. (3)

Conforme é possível observar através dos nove destaques presentes no texto, marcados pelo número (3), o PDV utilizado foi o afirmado. Esse tipo de PDV denota que o locutor e o enunciador (que Rabatel (2016) representa pela fórmula L1E1) são representados pela mesma instância – a Editora Companhia das Letras. O enunciador demonstra proximidade com o produto anunciado, vide, por exemplo, o uso do pronome demonstrativo *este* para iniciar o texto e o uso da primeira pessoa no final do segundo parágrafo, *nos oferece revelações inéditas*, incluindo o L1E1 entre os possíveis leitores da edição. Neste ponto, observamos uma voz polifônica, há mais de um eu presente no discurso. Há um eu que representa a editora e um eu que representa o autor direto do texto, que se insere como leitor da obra divulgada. Nessa perspectiva, “a responsabilidade enunciativa ou ponto de vista (PdV⁹) permite dar conta do desdobramento polifônico” (ADAM, 2011, p. 110).

Ao longo do texto, L1E1 utiliza argumentos para sustentar sua tese acerca da relevância do produto anunciado. Essa manifestação discursiva é construída por meio de palavras e expressões capazes de exprimir um juízo de valor. Para tanto, são utilizados como atributos para a edição da bíblia divulgada, *é inédita e integral*; para justificar a relevância da tradução feita da versão grega são utilizados sintagmas nominais: *edição mais completa; sutis diferenças em relação à hebraica; marco determinante da história do judaísmo; de inestimável importância para o estatuto da história do cristianismo; a Bíblia das comunidades cristãs*

⁹ Adam (2011), ao citar Ponto de Vista utiliza a sigla PdV, já Rabatel (2016) utiliza PDV.

primitivas. Para argumentar acerca da fidelidade da tradução, L1E1 utiliza-se dos sintagmas: *rigorosa, marcada pela busca do sentido profundo das palavras originais*.

Todos os termos elencados, embora sejam citados em proposições organizadas de forma impessoal, apenas uma proposição do texto faz uso de primeira pessoa, expressam subjetividade no discurso, para a construção da imagem do principal referente – a edição da Bíblia. Há, todavia, outro referente construído discursivamente para favorecer o primeiro: o tradutor, *premiado tradutor que já verteu obras clássicas como a Ilíada e a Odisseia; compõe notas que esclarecem e contextualizam o leitor, respeitando assim tanto a sensibilidade dos religiosos [...] como a expectativa daqueles interessados num olhar histórico-cultural sobre a Bíblia*. Esta imagem se completa através do texto presente na página quatro do encarte, no qual, também se observa a presença do PDV afirmado:

FREDERICO LOURENÇO nasceu em Lisboa, em 1963. Doutor em línguas e literaturas clássicas pela Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, atualmente é professor na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Traduziu do Grego *Odisseia*, *Ilíada* (publicadas no Brasil pela Penguin-Companhia) e as tragédias de Eurípedes, *Hipólito* e *Íon*. Sua tradução de *Odisseia* recebeu o grande prêmio de tradução do PEN Clube Português e da Associação Portuguesa de Tradutores. Em 2016 foi laureado com o Prêmio Pessoa.

Nos dois textos, são utilizados termos e sintagmas modalizadores, denotando valores por meio de lexemas afetivos, avaliativos e axiológicos (*inédita, integral, premiado, atitude ponderada e desprovida de preconceitos, tradução rigorosa, o livro mais importante de todos os tempos*), determinantes para a orientação argumentativa do texto e para a persuasão.

A análise linguística favorece um resgate ao plano discursivo do texto. Conforme já identificado, L1E1 é representado pela Editora Companhia das Letras, editora cuja tradição não está relacionada a publicação de obras de caráter dogmático-religioso. Assim, ao compreender o discurso como “o poder do qual nos queremos apoderar” (FOUCAULT, 2014, p.10), como ação de linguagem percebida através do texto situado numa perspectiva enunciativa, é possível observar, no texto em análise, a apropriação de um discurso ora histórico, ora religioso, ora técnico que visa a convencer o leitor acerca da cientificidade da obra apresentada.

A perspectiva histórica encontra-se no discurso da tradição: a bíblia é traduzida das versões hebraica e grega. A perspectiva religiosa é apresentada por meio da referência a Jesus Cristo: “É a partir dessa versão do Antigo Testamento que Jesus Cristo, pelas mãos dos evangelistas, cita a Escritura”. O discurso técnico é percebido tanto em relação aos créditos dados ao tradutor – é um tradutor premiado, tem atitude ponderada e desprovida de preconceitos, compõe notas que esclarecem e contextualizam o leitor – quanto pela afirmação de impossibilidade de tradução literal – “esta edição toma por base o texto original” – uma vez que as línguas possuem diferenças no léxico e na gramática.

Ao organizar seu discurso, o enunciador conta com a astúcia do leitor-enunciatário para (re)construir o sentido do texto, pois somente assim alcançará seu objetivo. Trata-se de um jogo de negociações em que tanto a escrita quanto a leitura são produções. “É o interpretante que constrói a representação discursiva a partir dos enunciados (esquematisação), em função de suas próprias finalidades (objetivos, intenções) e de suas representações psicossociais da situação, do enunciador e do mundo do texto, assim como de seus pressupostos culturais” (ADAM, 2011, p. 114). Nesse sentido, “a leitura é um poder” (BELLENGER, 1979, p. 11). A análise textual dos discursos, embora não trate especificamente de leitura, oferece um método de leitura para que o analista, ao colocar-se como leitor, consiga reconstruir a enunciação para chegar ao(s) sentido(s) do texto.

4 CONCLUSÃO

Ao observar, no texto, a construção do ponto de vista enunciativo foi possível perceber como as perspectivas propostas por Adam (2011) e por Rabatel (2016) favorecem a compreensão dos textos que circulam socialmente, como é o caso do encarte publicitário, e que veiculam valores, mobilizam fazeres por meio de ações sutis de convencimento.

Conforme já mencionado, este estudo partiu de três questionamentos. O primeiro, acerca do ponto de vista enunciativo predominante no encarte publicitário da Editora Companhia das Letras para divulgar uma nova edição da Bíblia, permitiu ampliar o estudo e compreensão sobre a abordagem enunciativo-interacional do ponto de vista proposta por Rabatel (2016). Com base nesta compreensão, a análise favoreceu a conclusão de que, no encarte publicitário divulgado pela Companhia das Letras, o PDV predominante é o afirmado,

através do qual o enunciador, que também é o locutor, tece sua argumentação para convencer o leitor do texto de que o produto anunciado é relevante. Conclui-se que a forma de apresentação dos PDV orienta argumentativamente o texto.

A segunda pergunta visou a observar de que forma o ponto de vista enunciativo predominante no encarte em análise concorre para a construção da dimensão argumentativa do texto. A análise concorreu para observar que as palavras e expressões utilizadas para construir e recategorizar os referentes postos no texto concorrem para a construção de uma imagem favorável do objeto, em torno do qual o discurso é estruturado.

A terceira questão proposta buscou responder que elementos linguísticos são utilizados para tecer a argumentação e de que forma esta favorece à persuasão. No encarte publicitário em análise, concorreram para esta construção, conforme já descrito, termos e expressões com valores afetivos, avaliativos e axiológicos.

Respondidas às questões propostas, é importante considerar, ao concluir este texto, que a análise realizada representa uma das formas de leitura do texto. O universo textual permite muitas outras abordagens. A dimensão discursiva foi abordada de forma bem sucinta, para não fugir ao objetivo proposto para este texto que consistiu em examinar como a Responsabilidade Enunciativa é apresentada em um encarte publicitário e de que forma o Ponto de Vista (PDV) enunciativo concorre para construir argumentação. Assim, concluo com a defesa de que o texto é produto de cumplicidade entre enunciador e enunciatário, cuja relação comporta a condição de existência de sentido.

REFERÊNCIAS

ADAM, Jean-Michel. **A linguística textual**: introdução à análise textual dos discursos. Tradução Maria das Graças Soares Rodrigues, João Gomes da Silva Neto, Luis Passegi e Eulália Vera Lúcia Fraga Leurquim. São Paulo: Cortez, 2011.

BENVENISTE, Émile. **Problemas de Linguística Geral II**. – Campinas, SP: Pontes, 1989.

BELLENGER, Lionel. **Os métodos de leitura**. – Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

FOUCAULT, **A ordem do discurso**. – 24. ed. – São Paulo: Edições Loyola.

MARCUSCHI, L. A. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola, 2008. (Coleção Educação Linguística, v. 2).

RABATEL, Alain. **Homo narrans**: por uma abordagem enunciativa e interacionista da narrativa. Tradução Maria das Graças Soares Rodrigues, João Gomes da Silva Neto, Luis Passegi. São Paulo: Cortez, 2016.

RODRIGUES, Maria das Graças Soares; SILVA NETO, João Gomes da; PASSEGI, Luis (orgs.). **Análises textuais e discursivas**: metodologias e aplicações. – São Paulo: Cortez, 2010.