

CAPÍTULO 2

A LINGUAGEM SUPERLATIVA COMO ESTRATÉGIA DISCURSIVA: INTENCIONALIDADE, PERSUASÃO E CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS NA COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA

Carin Amanda dos Reis

RESUMO

Este artigo analisa a linguagem superlativa como uma estratégia discursiva central na comunicação contemporânea, transcendendo sua definição meramente gramatical para compreendê-la como um mecanismo de persuasão, intencionalidade e construção de poder simbólico. Fundamentado em teorias de Saussure, Chomsky, Bakhtin, Bourdieu e Fairclough, o trabalho investiga como a intensificação semântica opera na constituição do ethos, na produção de efeitos de encantamento e na naturalização de ideologias em discursos políticos, publicitários e midiáticos. A análise revela que a superlatividade atua como um operador argumentativo que orienta a interpretação do interlocutor e reforça hierarquias sociais. Conclui-se destacando a relevância pedagógica da leitura crítica desses mecanismos para a formação de sujeitos reflexivos e conscientes frente às manipulações simbólicas no espaço social.

PALAVRAS-CHAVE: Linguagem superlativa. Estratégias discursivas. Persuasão. Poder simbólico. Análise do discurso.

INTRODUÇÃO

A linguagem constitui um dos principais instrumentos de mediação das relações humanas, sendo responsável não apenas pela transmissão de informações, mas também pela produção de sentidos, valores e posicionamentos ideológicos. Em contextos diversos — do discurso político ao publicitário, das interações cotidianas às práticas midiáticas — observa-se a recorrência de estratégias linguísticas que buscam intensificar sentidos e produzir adesão do interlocutor. Entre tais estratégias, destaca-se a linguagem superlativa, compreendida não apenas como categoria gramatical, mas como mecanismo discursivo de ampliação simbólica.

Em discursos de efeito, a superlatividade atua como recurso capaz de conferir destaque, excepcionalidade e valor aos objetos de que se fala. Expressões que evocam grandeza, excelência, intensidade ou unicidade funcionam como operadores argumentativos que orientam a interpretação do

leitor ou ouvinte. Assim, comunicar deixa de ser apenas um ato informativo para tornar-se um processo de persuasão, no qual escolhas lexicais, sintáticas e semânticas desempenham papel decisivo.

Este artigo tem como objetivo analisar a linguagem superlativa sob uma perspectiva discursiva, compreendendo-a como fenômeno que emerge do funcionamento do sistema linguístico e das práticas sociais de uso da língua. Busca-se demonstrar que o superlativo não se origina da intenção comunicativa em si, mas das possibilidades oferecidas pelo sistema da língua e pelas formações discursivas que orientam o dizer. Para tanto, mobilizam-se contribuições teóricas de autores como Saussure, Chomsky, Bakhtin, Bourdieu, Fairclough, Ducrot e Charaudeau.

Ao longo do trabalho, discute-se o papel da superlatividade na construção do ethos discursivo, na produção do encantamento, na manipulação simbólica e na constituição de sentidos por meio da intertextualidade. Também se aborda a importância pedagógica da leitura crítica desses mecanismos, especialmente no contexto da educação linguística contemporânea.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DA LINGUAGEM E DA COMUNICAÇÃO

A reflexão sobre a linguagem como sistema estruturado tem como marco fundador a obra de Ferdinand de Saussure. Para o autor, a língua é um sistema de signos em que cada elemento adquire valor por oposição aos demais. Tal concepção permite compreender que os efeitos de sentido não decorrem de elementos isolados, mas das relações estabelecidas no interior do sistema linguístico. Assim, a superlatividade pode ser entendida como resultado de escolhas que exploram essas relações diferenciais.

Ao afirmar que a língua é forma e não substância, Saussure abre espaço para a compreensão de que os valores expressivos não são intrínsecos às palavras, mas construídos no uso. Dessa maneira, expressões consideradas superlativas não carregam sentido absoluto, mas produzem efeitos específicos conforme o contexto discursivo em que se inserem.

No campo da linguística gerativa, Noam Chomsky contribui ao propor a noção de competência linguística, entendida como o conhecimento internalizado que permite ao falante produzir e compreender um número infinito de enunciados. Embora sua

abordagem privilegie os aspectos formais e cognitivos da linguagem, ela evidencia que o sujeito dispõe de mecanismos produtivos capazes de gerar construções intensificadoras e expressivas.

A partir dessa perspectiva, compreende-se que a superlatividade não é um elemento externo ao sistema, mas uma possibilidade estrutural explorada pelos falantes conforme suas necessidades comunicativas. O sistema linguístico oferece recursos; o discurso seleciona e organiza esses recursos segundo finalidades sociais e ideológicas.

A SUPERLATIVIDADE COMO MECANISMO IDEOLÓGICO

A linguagem, enquanto prática social, encontra-se inevitavelmente atravessada pela ideologia. Bakhtin afirma que todo signo é ideológico, pois reflete e refrata a realidade social. Assim, o uso de formas superlativas não se limita a uma escolha estilística neutra, mas expressa posicionamentos e valores historicamente situados.

A superlatividade atua como mecanismo ideológico ao naturalizar avaliações e hierarquias. Quando um discurso afirma que algo é “o melhor”, “o mais importante” ou “inigualável”, constrói-se uma representação que tende a ser aceita como evidente. Tal evidência, no entanto, resulta de processos discursivos que ocultam sua própria construção.

Fairclough destaca que os discursos hegemônicos operam por meio da naturalização, isto é, pela transformação de escolhas ideológicas em verdades aparentes. Nesse sentido, a superlatividade contribui para a consolidação de consensos e para a legitimação de determinadas práticas sociais.

Essa dimensão ideológica é particularmente visível em discursos institucionais, políticos e midiáticos, nos quais a intensificação lexical funciona como estratégia de convencimento. O superlativo não apenas descreve, mas orienta julgamentos, conduz percepções e organiza valores.

SUPERLATIVIDADE, PERSUASÃO E CONSTRUÇÃO DO ETHOS

A persuasão constitui elemento central de inúmeros gêneros discursivos. Desde a retórica clássica, reconhece-se que convencer implica mobilizar não apenas argumentos racionais, mas também imagens de si e emoções. Aristóteles já apontava o ethos como um dos pilares da persuasão, referindo-se à credibilidade que o orador constrói no discurso.

No âmbito da análise do discurso, Maingueneau ressalta que o ethos não precede o enunciado, mas é produzido por ele. A escolha de determinadas palavras, tons e

estruturas sintáticas contribui para a construção de uma imagem discursiva do locutor. Nesse processo, a superlatividade desempenha papel relevante.

Ao empregar expressões que evocam excelência, autoridade ou singularidade, o sujeito discursivo projeta uma imagem de competência e legitimidade. Instituições que se autodefinem como “referência”, “excelência” ou “líderes” constroem um ethos institucional baseado na superioridade simbólica.

Esse mecanismo não se restringe ao campo institucional. Influenciadores digitais, líderes políticos e figuras públicas recorrem constantemente à superlatividade para reforçar sua autoridade e ampliar seu alcance persuasivo. A linguagem, assim, torna-se instrumento de autopromoção e validação social.

O ENCANTAMENTO COMO EFEITO DISCURSIVO

Entre os efeitos mais recorrentes da linguagem superlativa está o encantamento. Trata-se de um efeito de sentido que mobiliza emoções e cria vínculos afetivos entre discurso e interlocutor. O encantamento é amplamente explorado em contextos publicitários, culturais e midiáticos.

Expressões como “experiência única”, “momento inesquecível” ou “emoção incomparável” não descrevem propriedades mensuráveis, mas produzem expectativas afetivas. O consumo passa a ser associado a sensações e valores subjetivos, deslocando o foco do objeto para a experiência prometida.

Em períodos festivos, observa-se intensificação desse fenômeno. Datas comemorativas acionam léxicos ligados ao afeto, à união e à nostalgia. A linguagem superlativa, nesse contexto, reforça estados emocionais coletivos e potencializa a adesão às mensagens veiculadas.

Segundo Charaudeau, a comunicação midiática opera frequentemente pela sedução, explorando emoções para captar a atenção do público. A superlatividade atua como catalisadora desse processo, ampliando o impacto simbólico do discurso.

LINGUAGEM, PODER SIMBÓLICO E MANIPULAÇÃO

A relação entre linguagem e poder é central para compreender os efeitos da superlatividade. Bourdieu define o poder simbólico como a capacidade de impor visões de mundo que são reconhecidas como legítimas. Tal poder opera de modo invisível, pois depende da cumplicidade daqueles que o reconhecem.

A superlatividade contribui para esse processo ao reforçar hierarquias simbólicas. Quando certos discursos são apresentados como superiores, incontestáveis ou

históricos, outras perspectivas são silenciadas ou desvalorizadas. Assim, o uso reiterado de intensificadores participa da manutenção de relações de poder.

No discurso político, por exemplo, a superlatividade é frequentemente utilizada para legitimar decisões e construir narrativas heroicas. Expressões que exaltam feitos, líderes ou projetos funcionam como dispositivos de mobilização e controle simbólico.

É importante destacar que essa manipulação nem sempre é consciente. Muitas vezes, ela decorre das convenções dos gêneros discursivos e das expectativas sociais. Ainda assim, seus efeitos são concretos e influenciam a formação da opinião pública.

INTERTEXTUALIDADE COMO AMPLIFICADOR SUPERLATIVO

A intertextualidade constitui um dos principais mecanismos de intensificação discursiva. Conforme Kristeva, todo texto se constrói como um mosaico de citações, absorvendo e transformando outros textos. Essa característica permite que discursos se fortaleçam ao incorporar vozes socialmente legitimadas.

No campo publicitário, a associação com celebridades é um exemplo claro desse processo. A imagem pública de artistas, atletas ou influenciadores funciona como argumento de autoridade, transferindo prestígio ao produto anunciado. O superlativo emerge da fusão entre a reputação da figura pública e o objeto promovido.

Em contextos esportivos, como a Copa do Mundo, a intertextualidade manifesta-se pela retomada de narrativas históricas, slogans consagrados e imagens icônicas. Essas referências constroem uma memória discursiva que associa o presente a glórias passadas, produzindo um efeito épico.

Esse mecanismo transforma o discurso em espaço de ressonância cultural, no qual o superlativo se ancora na memória coletiva para ampliar seu poder persuasivo.

INTENCIONALIDADE DISCURSIVA E POLISSEMIA

O discurso é, por natureza, polissêmico. Um mesmo enunciado pode gerar múltiplas interpretações, dependendo do contexto e do repertório do interlocutor. A intencionalidade, embora oriente a produção do discurso, não garante controle absoluto sobre seus efeitos.

A superlatividade opera nesse campo de tensão entre intenção e interpretação. Ao intensificar sentidos, o discurso orienta leituras, mas não as determina completamente. Em alguns casos, o excesso pode gerar descrédito ou ironia, revelando os limites da estratégia.

Ducrot destaca que a língua contém instruções argumentativas que direcionam conclusões. Advérbios e adjetivos intensificadores orientam o leitor a avaliar positivamente determinado referente. Assim, a superlatividade atua como operador argumentativo, conduzindo inferências implícitas.

Reconhecer essa dinâmica é fundamental para compreender como os sentidos são produzidos e disputados no espaço social.

IMPLICAÇÕES PEDAGÓGICAS E LEITURA CRÍTICA

A análise da linguagem superlativa possui importantes implicações para o ensino de língua portuguesa. Trabalhar com textos que exploram intensificação permite desenvolver a competência discursiva e a leitura crítica dos estudantes.

Ao identificar estratégias de superlativização, o aluno aprende a reconhecer intenções comunicativas, posicionamentos ideológicos e efeitos de sentido. Essa habilidade é essencial em um contexto marcado pela circulação massiva de discursos persuasivos.

Além disso, a produção consciente de textos superlativos pode contribuir para o aprimoramento da escrita argumentativa. Ao compreender como os efeitos são construídos, o estudante passa a utilizar os recursos linguísticos de modo mais intencional e adequado aos gêneros discursivos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A linguagem superlativa revela-se como um poderoso instrumento de construção de sentidos, atravessando diferentes esferas da vida social. Mais do que um recurso gramatical, ela constitui uma estratégia discursiva que articula ideologia, persuasão, poder e afetividade.

A partir das contribuições de Saussure, Chomsky, Bakhtin, Bourdieu e outros autores, foi possível compreender que a superlatividade emerge do funcionamento do sistema linguístico em interação com práticas sociais historicamente situadas. Sua eficácia reside na capacidade de mobilizar valores compartilhados, ativar memórias discursivas e produzir efeitos de evidência.

Ao reconhecer esses mecanismos, torna-se possível adotar uma postura crítica diante dos discursos que circulam socialmente, evitando adesões automáticas e ampliando a consciência linguística. Assim, o estudo da linguagem superlativa contribui não apenas para a teoria linguística, mas também para a formação de sujeitos críticos e reflexivos.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. Estética da criação verbal. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das mídias. São Paulo: Contexto, 2010.

CHOMSKY, Noam. Aspects of the Theory of Syntax. Cambridge: MIT Press, 1965.

DUCROT, Oswald. O dizer e o dito. Campinas: Pontes, 1987.

FAIRCLOUGH, Norman. Discurso e mudança social. Brasília: Editora da UnB, 2001.

KRISTEVA, Julia. Introdução à semanálise. São Paulo: Perspectiva, 1974.

SAUSSURE, Ferdinand de. Curso de linguística geral. São Paulo: Cultrix, 2006.