



## OS ATOS DE FALA: ALÉM DE DESCREVER OU RELATAR, UM FAZER

AZEREDO, Artur<sup>1</sup>; ELY, Laura Marques<sup>2</sup>; LINCK, Ieda M. Donati<sup>2</sup>; NEUBAUER, Vanessa Steigleder<sup>3</sup>

**Palavras-Chave:** Filosofia. Austin. Dizer . Fazer.

Neste texto discutimos sobre a teoria dos atos de fala. O início dessa discussão e o interesse pela área surgiu nas aulas de Língua Portuguesa e Ética na Unicruz em 2014. Tem como fundamentação teórica John Langshaw Austin, um filósofo britânico da linguagem que desenvolveu uma grande parte da atual teoria dos atos de discurso. Filiado à vertente da Filosofia Analítica interessou-se pelo problema do sentido em Filosofia. Elaborou um estudo sobre conceitos de verdade e falsidade, qualificando os atos de fala como sendo verdadeiros ou falsos a depender da descrição que é feita. Iniciou as ideias sobre o performativo, no qual o falar implica em um fazer; diferencia estes atos de meras descrições, porque nada descreviam, nada relatavam. Com base nesse filósofo, acreditamos que a materialidade dos pensamentos ocorrem por intermédio da fala; tudo que vemos tem relação com essa prática. Tudo aquilo que existe de concreto e até mesmo no imaginário, se materializa através de enunciados verbais. O autor coloca, de forma geral, que o ato de falar implica em uma determinada ação em um fazer. Dizer algo já é uma ordem, que pode ser direta ou estar oculta no contexto. Para isso, Austin usa de várias classificações para nomear os mais variados empregos da fala. O uso desses artifícios é diário, pois nas diversas situações cotidianas usamos de frases, com significados óbvios, as quais geralmente servem como avisos, orientações, conselhos. Esses discursos acabam passando despercebidos, pois não estamos acostumados a fazer essa análise criteriosa, apenas ouvimos e (inter)agimos. Dessa forma, podemos dizer que a principal ideia defendida por Austin, é que, dizer é transmitir informações, mas também uma forma de agir sobre o interlocutor e sobre o mundo circundante. A Teoria dos Atos de Fala traz para o foco de atenção dos estudos linguísticos os elementos do contexto: quem fala, com quem se fala, para que se fala, onde se fala, o que se fala, etc. Todos fornecem importantes pistas para a compreensão dos enunciados. Assim, identificamos o poder da fala nos atos Perlocutórios, e que, mesmo sem querer, somos persuadidos pelas propagandas, pelo marketing, instigados a comprar. Essas propagandas alimentam nosso ego, aumentando nossa sede por consumo, assim bebemos Coca-cola diariamente, usamos tênis de marca, roupas de grife, acabamos por consumir sensações, pagando caro por isso Enem temos noção do porque o fazemos. Apenas somos “mandados” a fazer. O produto, às vezes, de qualidade duvidosa, com um bom uso dessa ferramenta, ganha o mercado. No entanto, quando essa análise é feita, percebemos o poder efetivo desse estudo, pois não se trata apenas da fala, mas como ela ocorre, em que contexto está inserida. Somos manipulados, o poder que a fala tem sobre as ações, interfere diretamente no nosso cotidiano, ditando o consumo e as reações do mercado. É assustador e ao mesmo tempo fantástico.

<sup>1</sup> Acadêmico do 3º Semestre de Jornalismo da Universidade de Cruz Alta. E-mail: [arazeredo@gmail.com](mailto:arazeredo@gmail.com)

<sup>2</sup> Acadêmica do 8º Semestre de Jornalismo Unicruz. Bolsista CIEE/ Unicruz. [lauramarquesely@gmail.com](mailto:lauramarquesely@gmail.com)

<sup>3</sup> Docente da Unicruz. Doutoranda em Linguística/ UFSM. Mestre em Educação/Uninorte. Mestre em Linguística/UPF. Especialista em Leitura e Produção textual. E-mail: [imdlinck@gmail.com](mailto:imdlinck@gmail.com)

<sup>4</sup> Docente da Unicruz. Doutoranda em Filosofia/ Unisinos. Mestre em Educação nas Ciências/ Unijui.