

# O SENSÍVEL E O INTELIGÍVEL EM TEXTOS SINCRÉTICOS DE GASTRONOMIA

XXXVIII Encontro de Iniciação Científica

Vanessa Adrian de Sousa Oliveira, Ricardo Lopes Leite

Com a larga utilização das redes sociais para a divulgação de assuntos referentes à gastronomia (cursos, produtos, serviços, etc.), observamos cada vez mais a complexidade das estratégias de linguagem utilizadas pelos ciberenunciadores para sensibilizar sinestesticamente o enunciatário para que realize as mais diversas ações, desde simplesmente desejar um tipo de prato, até querer prepará-lo ou ainda comprá-lo. Esta pesquisa aplicou a Semiótica Tensiva (ZILBERBERG, 2006, 2011), um dos desenvolvimentos teóricos da Semiótica Discursiva fundada por Algirdas Julien Greimas, a textos sincréticos de gastronomia. Foram selecionados anúncios publicitários e/ou vídeos de receitas de Gastronomia publicados na rede social Facebook e Youtube. O objetivo principal foi testar a rentabilidade analítica da Semiótica Tensiva na identificação e explicação dos efeitos de sentido produzidos pelas dimensões inteligível e sensível do discurso, que, em última instância, respondem pela adesão ou não do enunciatário ao universo de valores colocados em discurso pelo enunciador desse tipo de texto. Supõe-se que a força persuasiva dos textos de gastronomia repousa numa tensão entre essas duas dimensões, ou seja, ora o enunciador pode priorizar a dimensão inteligível, pondo em discurso elementos de ordem cognitiva, ora pode priorizar a dimensão sensível, sensorial, sinestésica dos textos, como também pode lançar mão das duas simultaneamente. Observamos que o enunciador dos anúncios publicitários e dos vídeos de receitas utilizam estratégias persuasivas que se direcionam ora para a dimensão inteligível, ora para a sensível, de modo a fornecer competências para o enunciatário saber-poder-fazer o prato, ao mesmo tempo em que procura sensibilizá-los pelo desejo de comer o prato, provocando assim uma tensão entre essas duas dimensões. Agradecemos à UFC pela concessão de bolsa de pesquisa de iniciação científica que permitiu o desenvolvimento deste trabalho.

Palavras-chave: Gastronomia. Texto Sincrético. Tensividade. Redes Sociais.