

**DEPARTAMENTO DE LETRAS**  
**JORNAL IMPRESSO E ENSINO DE LÍNGUA**  
**UMA ABORDAGEM DISCURSIVA**  
**DO TEXTO JORNALÍSTICO**

*Joana Darc O. Canonico (UERJ)*

Com este trabalho pretendemos discutir o uso da Língua em textos jornalísticos, destacando o papel social do jornal como instrumento de leitura de mundo e opção para aplicar a teoria didática textual a situações concretas de Língua. Para isto, reveremos os conceitos de *texto*, *contexto*, *intertexto*, *polifonia* e *discurso* noções essenciais para se compreender os elementos que compõe o espaço do “diálogo” entre escritor/leitor. Abordaremos, ainda, as diferenças entre *autor/enunciador*, *leitor/enunciatário*, *enunciado/enunciação*, entidades reais e subjetivas que se manifestam através do texto, como produto da manifestação lingüística do homem. Nosso trabalho tem o objetivo de focar o texto numa perspectiva interacional, onde são privilegiados os aspectos sociais da linguagem e os sujeitos participantes deste processo.

Para o embasamento dos conceitos teóricos supracitados, no primeiro momento apresentaremos os ensinamentos de estudiosos que se tem debruçado sobre as questões pertinentes às teorias do texto; na segunda parte, aplicaremos os conceitos em um texto jornalísticos, contemplando, assim nossa proposta de aliar teoria à prática.

1º PARTE

*Texto, contexto, intertexto, polifonia e discurso*

**O texto**

O homem não se comunica por frases soltas, desconexas; comunica-se por textos. Partindo-se deste princípio, poderíamos definir texto como um conjunto de frases, orações, períodos e parágrafos organizados em torno de um sentido. Esta organização caracteriza-se pela rede de relações que se vão delineando na medida em que o tex-

## FACULDADE DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES

to é constituído. A correta concatenação entre as orações, períodos e parágrafos, “amarram” as idéias veiculadas e configuram a coesão e coerência textual. Mas não é somente esta abstração lingüística que deve ser considerada em um texto. Acresce-se a isto, a razão que impele o homem a se comunicar para entender sobre o que se escreve, a intenção com que se escreve e o momento em que se escreve.

Se buscarmos a definição de teóricos da linguagem para o termo texto, encontraremos as mais variadas contribuições: “Em sentido amplo, a palavra *texto* designa um enunciado qualquer, oral ou escrito, longo ou breve, antigo ou moderno” (GUIMARÃES, 2000: 14). Nesta definição “ampla” de texto, não estão contemplados os aspectos interacionais que levam em conta a figura do produtor, o momento de produção, e a participação do leitor, considera-se, apenas, a organização das palavras, no papel.

Outra definição entende o texto como uma “...ocorrência lingüística, falada ou escrita, de qualquer extensão, dotado de unidades sócio-comunicativa, semântica e formal.” (COSTA VAL, 1999: 3 Esta teoria entende o texto como resultado da interação entre indivíduos, e os sentidos construídos pelos enunciados. Mas, a visão de texto como “...uma manifestação verbal constituída de elementos lingüísticos intencionalmente selecionados e ordenados em seqüência durante a atividade verbal, de modo a permitir aos parceiros, na interação, não apenas a apreensão de conteúdos semânticos, em decorrência de processos e estratégias de ordem cognitiva, como também a interação (ou atuação de acordo com práticas sócio-culturais. ” (KOSCH, 2001: 454), é a que mais se adequa a nossa proposta de estudo, pois apresenta o texto como expressão escrita das idéias do produtor e seu esforço para produzir uma seqüência de enunciados que sejam compreensíveis para o leitor, ou seja, um diálogo onde, escritor e leitor, cada um em sua função, desempenha um papel determinado. A compreensão dos enunciados vai exigir, ainda, do leitor outro tipo de conhecimento que subliminarmente perpassa o texto: o **contexto**.

### O contexto

## DEPARTAMENTO DE LETRAS

Para se entender o texto jornalístico, torna-se fundamental esclarecer o termo contexto, pois a produção escrita deste modelo, está diretamente relacionada ao momento em que ela é produzida, à situação externa que reflete direta ou indiretamente. Este ambiente exterior vai definir, muitas vezes, o encaminhamento que se dará às idéias textuais. O contexto é o reflexo das “...informações que acompanham o texto, cuja compreensão depende destas informações. Assim, não basta a leitura do texto, é preciso retomar o elementos do contexto em que ele foi produzido” (MEDEIROS, 2000: 119). Para Medeiros “o contexto situacional é formado por elementos exteriores ao texto. Este contexto acrescenta informações , quer históricas, quer geográficas, quer sociológicas, quer literárias, para maior eficácia da leitura que se imprime ao texto.” (*Idem*, p. 120).

Na definição de Guimarães, “a mensagem quer um contexto ao qual remete, ou seja, a presença do texto como forma de sintonização da linguagem com o referente- termo este geralmente adotado pelos lingüistas para designar este contexto.” (GUIMARÃES, 2001: 8). Como vimos, a compreensão de um texto vai além da simples decodificação de termos nele impressos, como se apresenta no ensino tradicional, não basta o simples reconhecimento de palavras, parágrafos, é preciso levar em conta em que situação ele é produzido. A compreensão exige do leitor uma sintonia com os fatos situados no seu dia-a-dia, que aparecem subliminarmente impressos na mensagem textual, daí a importância de se colocar o aluno em contato com material que possibilita a ele este contato com a língua em funcionamento, como o texto jornalístico.

### **Intertextualidade e polifonia**

Os conceitos de intertextualidade e polifonia por vezes se confundem, já que ambos dizem respeito à presença de outras vozes em um texto. Para Ingedore, porém, há diferenças sutis entre as duas ocorrências.”Na intertextualidade, a alteridade é necessariamente atestada pela presença de um intertexto (...) Em se tratando de polifonia, basta que a alteridade seja encenada, isto é, incorporam-se ao texto

## FACULDADE DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES

vozes de enunciadores reais ou virtuais, que representam perspectivas, pontos de vistas diversos...” (KOCH, 2000: 57). A mesma autora nos lembra que “DUCROT (1980,1984) trouxe o termo para o interior da pragmática lingüística para designar, dentro de uma visão enunciativa do sentido, as diversas perspectivas, pontos de vistas ou posições que se representam nos enunciados” (KOCH, 2000: 51).

Uma outra definição do termo acrescenta que “Entende-se polifonia como a multiplicidade de sujeitos responsáveis pelo ponto de vista das falas, em um texto. Conseqüência natural da vida em sociedade, a polifonia reflete a interação do homem, como ser social, na troca de informações, nas tomadas de posição, enfim, no fenômeno da aculturação do ser humano, no decorrer de sua existência” (PAULIUKONIS & GAVAZZI, 2003: 15)

Para o estudo a que nos propomos, que analisa os textos jornalísticos, ou “a língua em funcionamento”, cremos que os conceitos de polifonia contemplam melhor nossa necessidade do que o de intertextualidade, motivo pelo qual a elegemos para subsidiar a nossa análise.

### Discurso

“*Texto ou discurso*: como o lingüista E. Coseriu, que faz sistematicamente equivalerem *discurso e texto*, tomamos aqui como sinônimos os dois termos, empregando, pois, indistintamente, um e outro.” (GUIMARÃES, 2001: 15). Com esta definição Elisa Guimarães resume o seu parecer sobre o tema. Para o nosso trabalho, consideraremos uma sutil diferença entre ambos:

O discurso se concretiza no texto, mas se diferencia dele na medida em que ultrapassa seus limites. O texto é o conjunto de regras organizadas e estruturadas segundo as normas da Língua, a linguagem em repouso, permitindo diferentes interpretações. O discurso é a idéia do enunciador emanada do e pelo texto, lançada em direção ao enunciatário, permitindo a ele relacioná-la a um determinado momento ou acontecimento e constituindo um sentido. Concordamos com Maingueneau, que assim o define: “Etimologicamente: idéia de

## DEPARTAMENTO DE LETRAS

curso, de movimento, palavra em movimento, prática de linguagem, constituindo o homem e sua história, mediadora entre o homem e a realidade que o envolve.” (MANGENEAU, 1997)

No texto jornalístico, o diálogo entre interlocutores cumpre uma função social, o jornal tem, um compromisso com a ideologia; “não se faz jornalismo fora da sociedade e do tempo histórico” (LAGE, 1990: 42), isto o torna não só um veículo de informação acerca dos fatos relativos ao interesse social, como também um instrumento de propagação dos idéias desta sociedade. Por estas características, adotaremos o discurso como objeto de estudo.

### *Autor/enunciador , leitor/enunciatário*

Não se deve confundir entidades fictícias com pessoas reais. Assim como no texto narrativo não confundimos escritor com narrador, no texto jornalístico não se misturam escritor com enunciador. Podemos definir escritor como a pessoa real que se dispõe a escrever o texto. Já enunciador relaciona-se com o ser que, sob determinada circunstância, produz um ato de linguagem.”Trata-se, assim, do sujeito que se encontra no espaço interno inscrito na “encenação do dizer” (CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2004: 200) e que participa de um momento único. O escritor é único e se pode fazer representar por diferentes enunciadores. “Tende-se a empregar preferencialmente a categoria enunciador para designar uma instância ligada à situação construída pelo discurso” (*Idem*).

Quanto ao leitor do jornal, em princípio, é o público em geral; por sua vez, o enunciatário é aquele que, de posse das idéias do enunciador, atribui-lhes significados, possibilitando que haja comunicação.

### **Enunciado/enunciação**

O conceito de texto/discurso nos remete a outros conceitos relativos a produção textual como forma de interação: o de frase/enunciado e enunciação: “em primeiro lugar, cabe estabelecer

## FACULDADE DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES

uma distinção: de modo geral, na lingüística do discurso, tem-se reservado a frase (= sentença) para a unidade formal do sistema da língua, estruturada de acordo com os princípios da gramática, passível de sem-número de realizações; e o termo enunciado, para a manifestação concreta de uma frase, em situações de interlocução. Assim, por exemplo, “Hoje irei ao cinema” é uma frase (gramatical do português). Cada vez que ela é pronunciada por indivíduos diferentes ou pelo mesmo indivíduo, em momentos diferentes- tem-se um enunciado desta frase.” (VILELA & KOCH, 2001 413).

Em CHARAUDEAU & MAINGUENEAU vamos encontrar :“O enunciado é uma sucessão de frases emitidas entre dois brancos semânticos (...) assim, olhar um texto sob a perspectiva de sua estruturação “ permite tomá-lo como enunciado em língua” (*Idem*).

Para os teóricos preocupados com a produção de sentido, para entender os enunciados é preciso levar em conta simultaneamente a enunciação, ou seja, “o evento único e jamais repetido da produção do enunciado” (*Idem*) . Sob esta perspectiva entendemos que o texto está para o enunciado assim como o discurso está para a enunciação. No diálogo que se dá por intermédio do texto jornalístico, o enunciado torna-se enunciação, ou seja, passa de simples seqüência de frases, organizadas em períodos, a modo de dizer, de um lugar específico e com intenção premeditada, considerando o caráter particular deste tipo de texto. Desta forma, autor assume o papel do enunciador e o leitor, a posição de enunciatário, desempenhando cada qual o seu papel, neste processo de interlocução.

Na perspectiva do ensino tradicional, pautado numa língua como estrutura, o enfoque ao trabalho textual é dado à sentença e pela análise de seus elementos constitutivos, considerando a Língua como uma estrutura abstrata, que deve ser analisada apenas em seus aspectos constitutivos. Com o advento das novas correntes da linguagem, a sentença e seus elementos aparecem como centro de interesse de investigação. Estas dão primazia à enunciação, o momento em que a mensagem é produzida, bem como as razões por que é produzida.

## DEPARTAMENTO DE LETRAS

### 2ª PARTE

#### *Aplicação da teoria em texto jornalístico*

#### **Texto**

#### **DESINFORMAÇÃO E SAÚDE**

*Sérgio de Paula Santos*

As propostas de proibição ou restrição das propagandas de bebidas alcoólicas no país têm sido debatidas com mais emoção do que conhecimento. Quem defende a redução da publicidade alega que a propaganda visa ao público jovem, amplia o mercado dessas bebidas e induz ao alcoolismo.

Associações de combate às drogas e organizações sociais pouco informadas manifestam-se pela restrição, enquanto políticos interessados nesse filão eleitoral discutem dezenas de projetos de “regulamentação” e censura à divulgação de bebidas alcoólicas.

Nessa cruzada, generalizam como “álcool” todas as bebidas alcoólicas, destiladas, fermentadas, ou fortificadas, independentemente da composição e do teor alcoólico, que varia de 4° a 60° G.L.

É sabido científica e estatisticamente, que o alcoolismo está relacionado às bebidas destiladas, populares ou sofisticadas, da cachaça, vodca ou uísque (escocês ou paraguaio) aos álcoois brancos (poire, framboise, kirch), conhaques, armanhaques, piscos, tequilas, bagaceiras, grapas, brandies, marcs, absintos, etc., etc.

Já os fermentados, cervejas e vinhos, também comprovadamente, são benéficos à saúde do homem, desde que moderada e regularmente consumidos. Sempre se poderá argumentar que o consumidor pode não ser moderado. Se não o for, evidentemente a responsabilidade não é da bebida, mas de quem bebe de forma errada. Analogamente, não se pode responsabilizar a indústria automobilística pelos acidentes e mortes no trânsito.

Críticos ferozes, talvez bem intencionados, mas mal informados, condenaram “peças publicitárias que usam animais simpáticos e bem-humorados”, criadas para promover uma cerveja, ou a “avalanche de filmes a que somos submetidos em campeonatos esportivos”. Um grande banco brasileiro usa animações com massa de modelar na sua campanha e ninguém pode negar que os serviços oferecidos são destinados a adultos.

## FACULDADE DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES

Além da indiscutível qualidade dos filmes da cervejaria, é duvidoso relacionar propaganda com aumento do alcoolismo. Talvez estes senhores não saibam, mas o filme da tartaruga que jogava futebol com a latinha de cerveja foi premiado na Europa, no Festival Internacional de Animação de Annecy, na França.

A literatura médica desde os anos 20 do século passado e as pesquisas sobre o assunto em todos os centros mundiais são unânimes em apontar e comprovar os efeitos benéficos do vinho. Esses benefícios também valem para a cerveja, e já eram conhecidos na antiguidade, quando participavam das formulações de Hipócrates e Galeno. As legiões romanas usavam vinho em suas compressas para os ferimentos de guerra.

O “paradoxo Francês” – os franceses, apesar da dieta rica em gordura, são menos propensos a problemas cardíacos do que os americanos, o que é atribuído ao consumo regular de vinho – foi abordado em 17 de novembro de 1991 no programa da televisão americana CBS de maior audiência do país, “60 minutes”.

Estudos médicos realizados na Europa e nos Estados Unidos foram apresentados, e a enorme repercussão resultou no aumento do consumo de vinho no país. Seguiram-se estudos e publicações sobre o assunto em todo mundo, inclusive brasileiros, nas mais conceituadas revistas médicas e congressos.

Esses temas tem sido freqüentemente abordados, desde 1993, nos congressos anuais da OIV (Office International de la Vigne et du Vin), nas Vinexpo bordalesa e asiáticas (de Tóquio e de Hong Kong) e nas reuniões do Savoir Boire-Savoir Vivre, em que médicos, nutricionistas e pesquisadores discutem o assunto.

O vinho e a cerveja não são apenas uma solução hidroalcoólica, um produto industrial ou comercial. A vinha precedeu o próprio homem no planeta, e o vinho acompanhou-o desde os primórdios da civilização. Faz parte do seu universo cultural, religioso e mitológico. Os babilônios e egípcios produziam e consumiam cerveja, citada como bebida de povos civilizados na epopéia Gilgamesh, a mais antiga da humanidade.

Ignorar esses aspectos culturais e sociais da cerveja e do vinho é de um primarismo difícil de ser compreendido em nossos dias.

A opinião ou o manifesto de parlamentares xiitas e desinformados não pode alterar o destino histórico de bebidas milenares. O carinho e a dedicação do homem nos cuidados para com a vinha e na elaboração da cerveja vem sendo amplamente retribuídos com o prazer, o conforto físico e espiritual que essas bebidas proporcionam, além dos benefícios para a saúde.

## DEPARTAMENTO DE LETRAS

Como bem disse um publicitário, “não dá para fazer com censura o que deveria ser feito com educação”. Também no caso das bebidas alcoólicas, será o conhecimento, a informação e a divulgação esclarecida que poderá prevenir seus malefícios, bem como difundir seus benefícios. O que faz mal à saúde é a desinformação.

Quando abordamos o texto numa perspectiva interacional, onde o objetivo do escritor é ter suas idéias aceitas receptor, temos de levar em conta as diversas “figuras” que se estabelecem na constituição deste jogo verbal. Não se trata apenas de uma simples mensagem. Trata-se de uma necessidade de se fazer “ouvir” pelo leitor.

Neste jogo que se estabelece, temos de um lado o locutor, falando de determinado perspectiva, que na voz de um enunciador estabelece a comunicação. É comum, no entanto, que o enunciador lance mão da figura de outros enunciadores, por questões diversas, como por exemplo: utilizar as palavras do outro com as quais concorda, para refutar um parecer, exemplificar uma idéia, agregar um argumento de autoridade, recursos estes identificáveis na seqüência textual, por marcas lingüísticas diversas e que darão credibilidade àquele que escreve contribuindo para provar ao leitor que as idéias veiculadas são passíveis de credibilidade. É comum, ainda, que o enunciador se aproprie do discurso de outros enunciadores dos quais discorda para constituir sua argumentação e a partir das idéias de outrem, montar sua estratégia discursiva, desautorizando o discurso alheio. É a utilização destes vários enunciadores dentro do discurso que os autores chamam de polifonia.

O leitor, aquele a quem as idéias são dirigidas, assume o papel de enunciatário, quando participa deste jogo verbal, constituindo, assim, o discurso. Nesta perspectiva o texto passa a ser o lugar do embate das idéias, muito embora, apenas um lado esteja com o privilégio da palavra. É neste aspecto que cabe a intervenção do professor de Português, para trabalhar com o aluno não apenas as características inerentes a cada modelo textual, mas também este papel fundamental do texto como veículo de idéias. O texto jornalístico, não pode ser levado para sala de aula, apenas por modismo, é necessário o conhecimento do professor, do papel ideológico do jornal e de que esta ideologia é transmitida pela palavra, utilizada neste contexto pa-

## FACULDADE DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES

ra veicular visão de mundo; desta forma, é de extrema importância levar os alunos a uma reflexão sobre o que está sendo discutido e por quais motivos se discute um assunto no espaço (caro) do jornal.

Neste texto, destacaremos a voz do locutor, as outras vozes discursivas presentes e de que forma estas vozes se organizam e se transformam em estratégia textual, no texto jornalístico.

O locutor inicia seu artigo com: *“A proposta de proibição ou restrição da propaganda de bebidas alcoólicas no país tem sido debatida com mais emoção do que conhecimento”*:: nesta passagem, já se percebe o distanciamento do locutor e inserção de outro enunciador em seu discurso em: *tem sido debatida* (por outros). Na seqüência do parágrafo, o locutor acrescenta: *“Quem defende a redução da publicidade alega”* (pressupõe-se que alguém defende). Neste primeiro parágrafo, num discurso polissêmico, o locutor inicia seu texto incluindo nele enunciadores genéricos, dos quais discorda e prepara, assim, o terreno para construir sua argumentação.

No segundo parágrafo, o locutor já define os primeiros alvos de suas críticas e acrescenta novos enunciadores: *“Associações de combate às drogas e organizações sociais pouco informadas manifestam-se pela proibição”*, apresenta, também, neste trecho, um juízo de valor em: “pouco informadas”; segue ele, acrescentando: *“políticos interessados neste filão eleitoral discutem dezenas de projetos de regulamentação” e censura às bebidas alcoólicas*, observemos que neste trecho ele não só apresenta um juízo de valor como faz uma acusação na passagem “interessados neste filão eleitoral” (as aspas em “regulamentação” são marcas enunciativas colocadas pelo locutor.

No terceiro parágrafo textual, ainda preparando subsídios para sua argumentação, o locutor enuncia: *“Nesta cruzada, generalizam com “álcool” todas as bebidas alcoólicas destiladas, fermentadas ou fortificadas, independentemente da composição e do teor alcoólico, que varia de 4° a 60° GL”*; novamente a presença de enunciadores na forma verbal “generalizam” e, devidamente marcada por aspas, em “álcool”.

## DEPARTAMENTO DE LETRAS

No quarto parágrafo, tem início a estratégia argumentativa do locutor, que apresenta, para respaldar seu ponto de vista, um argumento de autoridade: *“É sabido, científica e estatisticamente”* (É sabido, pressupõe-se, por todos e científica e estatisticamente derruba qualquer argumento contrário), com este argumento, ele condena definitivamente os destilados e abre defesa para os fermentados: *“Já os fermentados, cervejas e vinhos, também comprovadamente, são benéficos à saúde do homem, desde que moderada e regularmente consumidos”* Esta declaração insere o enunciador em “comprovadamente” (por alguém) e recomenda o hábito de beber (benéficos à saúde do homem- indistintamente- moderada e regularmente consumidos). Na seqüência da exposição, o locutor isenta de responsabilidades a bebida e, conseqüentemente o objeto de seu texto, as propagandas de bebidas, ao completar: *“Sempre se poderá argumentar (alguém) que o consumidor pode não ser moderado. Se não o for, evidentemente a responsabilidade não é da bebida, mas de quem bebe de forma errada.”*

No sexto parágrafo, a argumentação é apresentada em forma de confronto: de um lado *“críticos ferozes, talvez bem-intencionados, mas mal informados condenaram “peças publicitárias que usam animais simpáticos e bem-humorados, criadas para promover uma cerveja...”* (os enunciadores são ostensivamente criticados e têm suas declarações devidamente citadas em discurso direto, corretamente aspidas para marcar a veracidade da “informação”; no outro extremo *“Um grande banco brasileiro usa animações com massa de modelar na sua campanha e ninguém pode negar que os serviços oferecidos são destinados a adultos”*. Neste confronto, onde o locutor tenta anular as críticas ao uso de animais em propagandas de bebidas alcoólicas, apresentando como argumento de autoridade o mesmo artifício utilizado por um “grande” banco, ele, locutor, só “esquece de mencionar”, a mensagem de algo inofensivo, lúdico, que subliminarmente é passada para as crianças que assistem às propagandas de bebidas e que são ideologicamente condicionadas a perceber a bebida como algo inócuo.

## FACULDADE DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES

No parágrafo que se segue, enunciadores são mais uma vez apresentados no enunciado, “*Além da indiscutível qualidade dos filmes da cervejaria, é duvidoso relacionar (pressupõe que alguém relaciona) propaganda com aumento do alcoolismo. Talvez estes senhores (os que criticam) não saibam, mas o filme da tartaruga que jogava futebol com uma latinha de cerveja foi premiada na Europa < no Festival Internacional de Animação de Annecy, na França.*” Neste parágrafo em que continua a defesa das propagandas de bebidas, o locutor se confunde em seus argumentos. Não se está discutindo as qualidades das peças publicitárias, o que se discute são os malefícios das propagandas nas mentes em formação, como de crianças e adolescentes.

Nos parágrafos subseqüentes, o locutor se esmera em apresentar argumentos de autoridade médico-científico para convencer o enunciário dos benefícios da bebida.

A literatura médica desde os anos 20 do século passado e as pesquisas sobre o assunto em todos os centros mundiais são unânimes em apontar os efeitos benéficos do vinho. Esses benefícios também valem para a cerveja e já eram conhecidos na Antigüidade, quando participavam das formulações de Hipócrates e Galeno.

As legiões romanas usavam vinho’, Estudos médicos realizados na Europa e nos Estados Unidos e a enorme repercussão resultou no aumento de consumo de vinho no país. Seguiram-se estudos e publicações sobre o assunto em todo o mundo, inclusive brasileira, nas mais conceituadas revistas médicas e congressos”. Não satisfeito com estes argumentos de “comprovada” base científica, o locutor apela, como última instância argumentativa às origens da civilização: “A vinha precedeu o próprio homem no planeta e o vinho acompanhou-o desde os primórdios da civilização...

Os Babilônios e Egípcios produzam e consumiam cerveja, citada como bebida de povos civilizados na epopéia Gilgamesh.

Com tantos e tão credenciados argumentos de enunciadores diversos, o locutor encerra seu discurso favorável à bebida e inicia suas críticas veementes àqueles que querem proibir sua propaganda: “*A opinião e o manifesto de parlamentares xiitas e desinformados não pode alterar o destino histórico de bebidas milenares*”, mais uma vez a presença indireta de enunciadores entra na construção do

## DEPARTAMENTO DE LETRAS

discurso polifônico do texto. Para concluir seu texto a citação em discurso direto ratifica opinião do locutor:

Como bem disse um publicitário “não dá para fazer com censura o que deveria ser feito com educação”. Também no caso das bebidas alcoólicas, só o conhecimento, a informação e a divulgação esclarecida que poderá prevenir seus malefícios, bem como difundir seus benefícios...

O que mais surpreende no texto de Sérgio de Paula Santos é que ele apresenta sua defesa declarada da bebida, se coloca contrário à proibição das propagandas que utilizam mecanismos para atrair as crianças e jovens e fala tudo isto sustentado por sua autoridade médica, pois é assim que ele assina. Estes dados deixam claro a importância de se trabalhar os textos jornalísticos em sala de aula, abordando por exemplo, até que ponto o locutor “fala” a serviço de uma ideologia, já que o jornal é o espaço de veiculação ideológica. Abordar com os estudantes as mensagens que perpassam o texto e chegam até o enunciário, por intermédio do discurso do locutor, que aparentemente, só está dando uma informação. Discutir o momento que se veiculou o enunciado (divulgação da restrição das propagandas de bebidas pelo Ministério da Saúde), a repercussão da enunciação sobre o enunciário e os vários enunciadores que contribuem para a construção do discurso do enunciador, é fazer um abordagem reflexiva da língua. É, dentro das propostas interacionais do texto, trabalhar com uma língua viva, concretizada em discursos, com objetivos definidos.

### CONCLUSÃO

Esperamos com este breve estudo ter apresentado um exemplo de abordagem lingüística, condizente com as modernas orientações para o ensino de Língua. Selecionamos como modelo textual um artigo que mostra o discurso do enunciador, e que se apresenta em forma de texto argumentativo, marcadamente opinativo.

Optamos por uma proposta específica de abordagem, que já foi explicitada em nossa introdução. Acreditamos, porém, que o

## FACULDADE DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES

mesmo texto se ofereça, com muita riqueza de informações, a outras abordagens relacionadas à Língua.

Tentamos demonstrar como é possível e salutar abrir espaço para o texto jornalístico em sala aula, por representar este a concretização dos fenômenos lingüísticos teorizados pelas correntes modernas de investigação da linguagem. Acreditamos que este tipo de análise agregará valoras aulas e se somará ao tão necessário trabalho de conceitos tradicionais da Língua.

### BIBLIOGRAFIA

CHARAUDEAU, Patrick & MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.

COSTA VAL, Maria da Graça. *Redação e Textualidade*. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

KOCH, Villaça Ingedore. *O texto e a construção dos sentidos*. São Paulo: Contexto, 2000.

KOCH, Ingedore & Villela, Mário. *Gramática da Língua Portuguesa*. Coimbra: Almedina, 2001.

NEVES, Conceição; KLÜSENER, Renita; SCHÄFFER, Neiva; SOUZA, Jusamara. *Ler e escrever compromisso de todas as áreas*. 5ª ed. Porto Alegre: UFRGS, 20003.

PAULIUKONIS, Maria Aparecida; GAVAZZI Sérgio (Orgs.). *Texto e discurso: Mídia, literatura e ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.