

O DESENVOLVIMENTO DE CAPACIDADES DE LINGUAGEM E O MODELO DIDÁTICO DO GÊNERO COMUNICADO DE EMPRESA

Luzia BUENO¹
Maria Helena Peçanha MENDES²

Resumo: este artigo tem como objetivo central apresentar a construção de um modelo didático para o ensino do gênero comunicado de empresa e explorar as possibilidades de trabalho que o conhecimento das características deste gênero traz. Para isso, usaremos como base teórica os trabalhos desenvolvidos por Bronckart (1999, 2008), Dolz e Schneuwly (2004) e Machado (2001) e centraremos a nossa análise em comunicados retirados de um jornal da cidade de Atibaia, interior de São Paulo.

Palavras-chave: Capacidades de Linguagem. Gêneros Textuais. Modelo Didático. Comunicado de Empresa. Interacionismo Sociodiscursivo.

Résumé: *cet article a pour objectif de présenter la construction d'un modèle didactique du type communiqué d'entreprise dans une perspective d'enseignement et d'explorer les possibilités de travail que la connaissance des caractéristiques de ce genre de communiqué apporte. Pour ce faire, nous nous baserons sur les travaux de Bronckart (1999, 2008), Dolz et Schneuwly (2004) et Machado (2001) et nous nous focaliserons sur l'étude de communiqués extraits d'un journal de la ville d'Atibaia, dans l'intérieur de l'État de São Paulo.*

Mots clés: *Capacités de Langage. Genres Textuels. Modèle Didactique. Communiqué d'entreprise. Interacionisme Sociodiscursive.*

¹ Docente do Programa de Mestrado e Doutorado em Educação, USF (Universidade São Francisco), Itatiba, SP, Brasil, luzia_bueno@uol.com.br

² Mestranda do Programa de Mestrado e Doutorado em Educação, USF (Universidade São Francisco), Itatiba, SP, Brasil, helenapmendes@hotmail.com

Introdução

O ensino de língua portuguesa tem como objetivo levar o aluno a dominar capacidades de linguagem que lhe permitam agir, por meio da linguagem, nas diversas situações de interação verbal de que participa em seu dia a dia, tanto na escola quanto fora dela. Para atingir esse objetivo, temos visto diferentes unidades linguísticas (a palavra e seus aspectos morfológicos, a frase e sua sintaxe, a coesão e a coerência, a tipologia textual, o texto) serem colocadas como centro do trabalho do professor, seja por pesquisadores, seja pelos documentos oficiais.

Desde meados da década de 90, com a publicação dos PCNs, iniciou-se no Brasil uma discussão sobre o trabalho com gêneros textuais nas aulas de ensino de língua materna ou estrangeira visando ao desenvolvimento das capacidades de linguagem. Para fazer um bom trabalho com gêneros em sala de aula, pressupõe-se que anteriormente também tenha sido feito um bom trabalho de análise de textos do gênero em questão, uma vez que, ao adotar o conceito de gêneros, assume-se também uma outra postura frente aos textos.

Todavia, embora muita pesquisa acadêmica sobre esse tema já tenha sido feita e até materiais didáticos propondo um trabalho com gêneros já estejam no mercado, ainda não encontramos muitos textos mostrando ao professor como ele mesmo pode analisar textos de um dado gênero para organizar o seu trabalho a fim de adotar essa nova perspectiva de ensino de língua.

Pensando na necessidade de mostrar ao professor como organizar o seu trabalho com gêneros textuais, temos nos últimos anos apresentado uma proposta de análise de textos baseada na perspectiva do Interacionismo sociodiscursivo (Bronckart, 1999, 2006, 2008; Machado, 2001) e, conjuntamente, uma proposta de trabalho didático (Schneuwly e Dolz, 2004). Nessa perspectiva, assumimos a necessidade de construção de um modelo didático de um gênero antes de levá-lo para a sala de aula, para que assim possamos planejar melhor as ações que poderemos seguir a fim de que nossos alunos dominem o gênero em questão e, conseqüentemente, capacidades de linguagem que lhes permitam agir em diferentes situações discursivas.

Neste artigo, nosso objetivo central é apresentar a construção de um modelo didático para o ensino do gênero comunicado de empresa e explorar as possibilidades de trabalho que o conhecimento das características deste gênero traz. Para isso, usaremos como base teórica os trabalhos desenvolvidos no interacionismo sociodiscursivo e centraremos a nossa análise em comunicados retirados de um jornal da cidade de Atibaia, interior de São Paulo.

Para apresentar a nossa discussão sobre o modelo didático, dividimos o nosso artigo em quatro partes. Na primeira, apresentaremos o que é o modelo didático e como construí-lo no interacionismo sociodiscursivo (ISD, doravante). Na segunda, exporemos a metodologia e o modelo didático do gênero comunicado de empresa. Na terceira, exemplificaremos algumas possibilidades de trabalho com esse gênero e, na quarta seção, finalizaremos com nossas considerações finais.

O modelo didático de um gênero na perspectiva do ISD

Nesta seção apresentaremos o conceito de modelo didático de gênero e o que estamos chamando de capacidades de linguagem.

O modelo didático de um gênero é o levantamento de suas características em seus diferentes níveis de análise. Para construí-lo, é importante considerar os seguintes procedimentos: consulta às ciências do discurso, às teorias de desenvolvimento/didática de línguas, à(s) teoria(s) sobre o gênero em questão; a observação e a análise das práticas sociais com o gênero, além da análise de exemplares do gênero, e também consulta a depoimentos de especialistas no gênero. Ao se fazer isso, poderemos então chegar às características ensináveis de um gênero: a) situação de produção; b) aspectos discursivos e c) aspectos linguístico-discursivos.

Para realizar a análise que nos permite chegar a esses níveis, é preciso adotar um aporte teórico que dê base para olhar o texto nesses diferentes níveis. O modelo de análise de texto proposto por Bronckart (1999) tem uma abordagem transdisciplinar formada por teorias de vários campos diferentes de ciências humanas (interacionismo social, materialismo dialético, monismo, evolucionismo, agir comunicativo, teoria da enunciação etc). Apesar de não ser feito inicialmente para a aplicação em sala de aula,

mas para a compreensão da relação linguagem e desenvolvimento humano, consideramos que há vários aspectos bastante utilizáveis para a didática; por isso, iremos descrevê-lo e na sequência faremos propostas para o ensino.

A concepção de gênero adotada pelo ISD é a de Bakhtin/ Voloshinov (2000, p.279) que define como gêneros do discurso “os tipos de enunciados relativamente estáveis” que ocorrem dentro de determinada esfera de utilização da língua, por exemplo, os diálogos familiares, os textos jurídicos etc. Diferentes esferas sociais produzem uma infinita variedade de gêneros, que se diferenciam por três aspectos: em relação ao conteúdo que se diz por meio dele, em relação à sua estrutura como função comunicativa e em relação ao estilo próprio.

Partindo dessa noção de gênero textual, o modelo de análise proposto por Bronckart (1999) supõe três níveis de análise. O primeiro nível diz respeito à situação de produção de um texto que envolve as representações que o produtor tem de si mesmo e dos outros, pois, enquanto enunciatador de um texto, o produtor assume um papel social, com um determinado objetivo, frente a um destinatário, que também assume um papel social e em um dado lugar social. Também é preciso considerar o lugar e o momento da produção.

O segundo nível trata dos aspectos discursivos, que estão ligados ao conteúdo temático e sua forma. O conteúdo temático diz respeito ao conjunto de assuntos de que um gênero irá tratar. Notamos que cada gênero, de certa forma, prediz um conjunto de temas que são dizíveis por meio dele. Além do tema, neste nível, podemos verificar questões como a implicação do autor, se o texto está em primeira pessoa e se tem marcas que remetem à situação de produção, se se mantém no tempo presente ou se não há essas marcas, havendo um texto em terceira e com marcas de um tempo passado. A combinação dessas características (implicação ou não da situação de produção; marcas do tempo presente ou passado) caracterizaria para Bronckart a presença de diferentes segmentos linguísticos, classificados por ele como tipos de discursos (Bronckart, 1999, 2006, 2008). Também podemos analisar neste nível quais as sequências textuais que compõem o texto: narrativa, descritiva, argumentativa, descritiva de ações, injuntiva, instrucional, dialogal, script, relato, esquematização. Um texto pode apresentar mais de uma sequência ou até não apresentar nenhuma delas.

No terceiro nível, centra-se nos aspectos linguístico-discursivos, que são relativos à sua linguagem. Sobre a língua neste caso, analisaremos as questões relativas aos mecanismos de textualização (coesão verbal, nominal e conexão) e aos mecanismos enunciativos (vozes e modalizações). A coesão é responsável no texto pela unidade de sentido. Há duas formas diferentes de estabelecê-la: a coesão nominal e a coesão verbal, responsáveis pela relação entre os nomes, verbos e os outros termos presentes no enunciado. A conexão diz respeito à ligação entre as partes do texto. As vozes presentes em um texto revelam informações sobre o autor, os personagens, pessoas citadas etc., e as modalizações são avaliações que podem ser notadas no interior do texto.

Apesar de ter elaborado um modelo de análise que muito pode contribuir para o ensino de diferentes gêneros textuais, Bronckart (1999, 2006, 2008) não trata em suas obras de como aplicá-lo em sala de aula. Tal aplicação, no entanto, pode ser vista nos trabalhos de outros de outros pesquisadores que seguem o modelo de análise do ISD tal como Dolz e Schneuwly (2004) e Machado (2001), como veremos a seguir.

Ao trabalharmos com essas diferentes dimensões ensináveis, poderemos levar os nossos alunos a desenvolver diferentes capacidades de linguagem (Dolz e Schneuwly, 1998). As capacidades de linguagem dizem respeito àquilo que é necessário para que haja a produção ou a compreensão de um gênero em dada situação de comunicação. Assim, elas se referem: a) à necessidade de se adaptar ao contexto de produção e a um conteúdo; b) à mobilização de uma organização discursiva; e c) ao domínio das unidades linguísticas. Dessa forma, temos três tipos diferentes, mas que estão sempre articulados e em dependência um dos outros na produção de um texto exemplar de um dado gênero: capacidade de ação, que nos permite identificar a situação de produção e o gênero do texto em questão, capacidades discursivas, que dizem respeito à organização / estrutura textual, e capacidades linguístico-discursivas, que tratam especificamente da linguagem, abordando aspectos como a escolha de vocabulário, as modalizações, as vozes adequadas para o gênero em questão.

Para Dolz e Schneuwly (1998), é preciso pensar o trabalho com gêneros textuais articulado com o desenvolvimento das capacidades de linguagem para que o ensino realmente atinja o seu objetivo maior de formar alunos que saibam agir em diferentes

situações de uso do discurso. A elaboração do modelo didático contribui para que vejamos o que poderemos trabalhar para desenvolver cada um das três capacidades.

Após a produção do modelo didático, o professor pode elaborar uma sequência didática, isto é, um conjunto de atividades para levar o aluno a dominar um gênero, selecionando dentre as características levantadas aquelas que seriam relevantes para serem trabalhadas em uma série. Afinal, um mesmo gênero pode ser trabalhado em diferentes anos, mas o nível de complexidade da abordagem deverá ser alterado, conforme o nível de desenvolvimento dos alunos. Assim, enquanto no primeiro ano uma fábula pode servir de referência para se introduziemr textos narrativos, em séries mais avançadas é possível relacionar e discutir a temática do texto com o contexto social em que ela foi produzida, visando a depreender a função social que tal texto pode ter tido em certa época. Afinal, Esopo, La Fontaine e Millor Fernandes, por exemplo, ao produzirem suas fábulas, ainda que sobre um mesmo tema, têm sociedades diferentes como público, o que pode fazer com que seus objetivos também sejam diferentes.

Portanto, o modelo didático é uma peça muito importante para o ensino de um gênero, já que permitirá ao professor conhecer melhor um gênero e, a seguir, fazer escolhas sobre o que precisará trabalhar com seus alunos, de acordo com as capacidades de linguagem e o que realmente espera que eles venham a desenvolver.

A análise do gênero comunicado de empresa

Esta seção tratará da Metodologia empregada para a realização da pesquisa sobre o comunicado de empresa e apresentará os resultados de nossa análise.

Metodologia

A pesquisa foi desenvolvida a partir da análise de três comunicados de empresas publicados em um jornal. Os textos selecionados foram publicados no Jornal 'Atibaia Hoje' no ano de 2008 na cidade de Atibaia, interior do estado de São Paulo. Durante a coleta de dados, este foi o único período, no caso um ano, que pudemos encontrar o material completo para a análise. Além disso, foram encontrados mais exemplos de

comunicados, especificamente de mais dois tipos diferentes: quatro comunicados de candidatos a cargos públicos, ou seja, políticos, e dois comunicados de órgãos públicos e sindicatos. Escolhemos os textos empresariais por percebermos neles uma maior complexidade quanto ao discurso e a organização textual.

Ressaltamos a necessidade de se estabelecer o recorte de um período específico para podermos perceber questões como a intertextualidade com outros gêneros textuais presentes no mesmo jornal, ou mesmo de outros veículos de comunicação, durante o mesmo período.

De modo geral, a análise foi feita levando em consideração os procedimentos estabelecidos pelo quadro teórico metodológico do ISD. Desse modo, consideramos importante analisar: a situação de produção; os aspectos discursivos relativos à organização / estrutura textual (plano global do conteúdo temático, implicações do autor e tipos de sequência — narrativa, argumentativa, explicativa, descritiva, dialogal etc.) e os aspectos linguístico-discursivos relativos à linguagem (mecanismos de textualização e mecanismos enunciativos).

O modelo didático do comunicado de empresa

Dentro do universo empresarial, há uma grande diversidade de textos. Alguns estão mais ligados à comunicação interna da empresa, entre eles podemos citar a ata, a procuração, o recibo, o requerimento, a circular. Outros se referem à comunicação externa, como é o caso do anúncio publicitário e do comunicado.

Na atualidade, a correspondência e os textos publicitários de uma empresa não servem apenas como meio de comunicação, já que podemos afirmar que se tratam de instrumentos de marketing, pois estão ligados à imagem da organização perante seu público. O comunicado de empresa é um gênero textual que, além de divulgar uma informação, tem o papel de preservar a imagem que a organização deseja manter frente ao público.

Segundo Travaglia (2010), o comunicado é:

é uma cientificação, ou informação transmitida oficialmente. Com frequência é publicado com forma de artigo em jornal ou veiculado em rádio e jornal e contém matéria de interesse de uma instituição ou

de particulares, mas que precisa ser informada oficialmente, formalmente. (p.137)

Podemos também afirmar que este seria um gênero de texto que é definido por um ato de fala e este é instaurador de uma função social. A função seria estabelecida de acordo com quadros sociais institucionais ou não, que são previamente delimitados e que têm ocorrências já autorizadas pela sociedade.

Mesmo assim, com muitos aspectos em comum, não existe uma fórmula única para a produção de comunicados. De acordo com Gold (2005), em algumas situações os comunicados se assemelham bastante com o gênero aviso, pois ambos apresentam características e finalidades semelhantes. No aspecto verbal e visual é comum encontrarmos estruturas semelhantes:

- o título: grande e destacado, que chama a atenção do leitor;
- o texto: é breve e formal, transmite, convida ou científica a informação que a empresa pretende veicular;
- o slogan: composto por frases curtas que resumem a imagem da empresa, do produto ou do serviço;
- logotipo: uma espécie de símbolo, que é a representação gráfica da marca.

Salientamos que estes são apenas alguns aspectos geralmente comuns a textos do gênero, mas que não formam uma estrutura estável e imutável, visto que, o próprio momento histórico e social influencia na redação e nas escolhas feitas no momento da produção. Para ter uma visão melhor, é preciso observar as características presentes nos exemplares desse gênero.

Para a análise dos dados do gênero comunicado de empresa, vamos primeiramente estabelecer todas as características em comum presentes nos textos pesquisados e apontar algumas diferenças que consideramos importantes. Em seguida, faremos sugestões de atividades que podem ser trabalhadas dentro do nível de cada análise. As propostas são baseadas nas capacidades de linguagem propostas por Dolz e Schneuwly (2004) e na compreensão textual de Marcuschi (2002).

De acordo com o levantamento dos dados realizado sobre os comunicados pesquisados, pudemos perceber muitas características em comum aos textos. Vamos iniciar a análise conforme o modelo desenvolvido por Bronckart (1999) e suas três

dimensões ensináveis: a situação de produção, os aspectos discursivos e os aspectos linguístico-discursivos.

A situação de produção

O contexto social dos textos analisados é bastante semelhante:

- destinatário: nos três casos são os consumidores e usuários dos produtos e serviços oferecidos pela empresa e os leitores do jornal que divulgou o comunicado. Em um dos casos, podemos afirmar que se esperava atingir também os eleitores da cidade, visto que o proprietário da empresa era um dos candidatos a prefeito no município na época e se dirigia ao público para esclarecer acusações de favorecimento político relacionadas à instituição.

- o enunciador: o papel social que o emissor desempenhou nos três textos foi de empresário ou de uma entidade personalizada como sendo a direção da empresa.

- o lugar social: não é possível delimitar com certeza o espaço, mas podemos afirmar que a interação social que produziu o texto é própria do universo empresarial.

- o objetivo: em geral, podemos resumir como semelhantes os objetivos dos textos analisados, que pretendem defender o ponto de vista da empresa sobre um determinado assunto, como, por exemplo, convencer o leitor sobre o caráter idôneo da empresa e sobre a qualidade dos produtos oferecidos pela mesma, ou até explicar, de acordo com o ponto de vista do enunciador, o motivo de atrasos no serviço de transporte público em dado trecho causado por obras públicas.

Os aspectos discursivos

A organização textual dos textos analisados, embora variável, apresenta muitos pontos em comum:

- a forma: presença de logotipo da marca, slogan do produto ou serviço, layouts semelhantes (paginação no mesmo estilo, de forma a chamar a atenção do leitor), títulos grandes, letra grande em referência às próprias notícias do jornal, assinatura pela empresa (a direção, a diretoria ou o nome da empresa), destaque para o nome da instituição no corpo do texto. Em dois casos, encontramos também o telefone para

contato da empresa, sugerindo que o leitor pudesse contatá-la em caso de dúvida. No terceiro caso, o único que não apresentou o número, entendemos que isso não ocorreu em vista do conteúdo que está sendo veiculado pelo texto, pois se trata de uma retratação frente a uma crítica mais pessoal e política ao proprietário, não cabendo ao destinatário se posicionar a respeito, sendo apenas uma comunicação ao público. Percebemos que a forma dos comunicados tende a chamar a atenção do leitor, o que provavelmente é a principal intenção do destinatário. Sobre este aspecto, o gênero comunicado se assemelha bastante ao anúncio publicitário.

- plano global: constituído por quatro ou cinco pontos principais, o texto é sempre iniciado pela caracterização da empresa, seguida pela argumentação e explicação de determinados conteúdos intencionados pelo enunciador e, no final, a aproximação ao consumidor. Esta última foi realizada de diferentes formas: em um exemplo o enunciador se coloca como vítima de uma situação política, tentando, desta forma, sensibilizar o leitor; em outro caso, o enunciador pede a compreensão do leitor sobre o problema enfrentado, isentando-se de responsabilidade sobre o fato; e no terceiro a empresa pede desculpas à população pelo que denomina um transtorno causado pelo descredenciamento de uma loja franqueada.

- aspectos discursivos (implicação do autor e situação de produção): foram encontrados três exemplos de trechos do texto com predomínio de ausência de implicação, em primeira pessoa do autor e com verbos no tempo presente. Outro caso encontrado foi o oposto, com exemplos de implicação do autor em primeira pessoa e verbos no passado. Percebemos, de forma geral, o apagamento de marcas dos participantes da interação verbal, pois não há uma pessoa específica que se comunica diretamente e um leitor específico.

- aspectos discursivos (sequência textual): as observações nos apontaram apenas duas formas de sequência encontradas nos três textos: a descritiva e a argumentativa. A escolha demonstra que os comunicados têm em comum a intenção de, como já foi dito anteriormente, defender o ponto de vista da empresa; para isso há uma autocaracterização e a seleção de argumentos.

Os aspectos linguístico-discursivos

No nível dos aspectos linguístico-discursivos, encontramos as seguintes características:

- coesão nominal: a retomada de elementos do texto se dá por meio de sintagmas nominais, do uso do pronome possessivo e de anáforas pronominais.

- conexão: a ligação entre os termos das frases é feita geralmente por conjunções. O exemplo mais recorrente foi a integrante.

- modalizadores: a modalização mais comum encontrada foi a do tipo lógica. Observamos uma grande presença de adjetivos, advérbios, verbos e alguns casos de locuções denotativas. Também encontramos exemplos de modalizações apreciativas.

- voz: a voz percebida em todos os comunicados foi a do próprio autor. Podemos afirmar que este estaria representando a voz da instituição.

- intertextualidade: em apenas um dos casos encontramos exemplos de ligação do comunicado com outras notícias publicadas em outro jornal. O texto em questão, intitulado apenas como ‘Comunicado’, datava de 20/09/2008 e estabelecia relações com as seguintes notícias: “Sérgio Mantovaninni é um dos candidatos a prefeito mais ricos do Estado” (Atibaia News, 31/08/2008), “Usuários de ônibus fretados se reuniram com o candidato da coligação ‘Atibaia Levada a Sério’” (Atibaia News, 13/09/2008) e “Prefeitura esclarece informações sobre contrato com a Viação Atibaia São Paulo” (26/09/2008).

Na próxima seção, procuraremos mostrar como esse conjunto de características pode ser explorado em um trabalho que vise a levar o aluno a ler e a escrever melhor.

Algumas possibilidades de uso do gênero comunicado em sala de aula

As atividades aqui sugeridas são baseadas nos elementos descritos na seção anterior sobre o modelo didático e em nossa experiência como educadoras. Além disso, procuramos pensá-las a partir da necessidade de levar os nossos alunos a desenvolver as capacidades de linguagem propostas por Dolz e Schneuwly (2004). Apoiamos-nos

também em atividades de compreensão textual conforme proposto por Marcuschi (2002 b).

Inicialmente, trazemos um exemplo do gênero o qual foi escolhido por apresentar uma grande riqueza de informações que podem ser utilizadas em sala de aula. O comunicado é de uma empresa de transporte público publicado em 20/09/2008, no jornal *Atibaia Hoje*, na página 5, na seção 'Pontos de Vista'. A instituição é sediada no município de Atibaia, interior de São Paulo, e é responsável por todos os ônibus que fazem o transporte urbano e rural e a maioria dos ônibus intermunicipais da cidade. Já se trata, então, de uma marca conhecida por grande parte da população e participante do dia a dia de muitos dos alunos ou familiares.

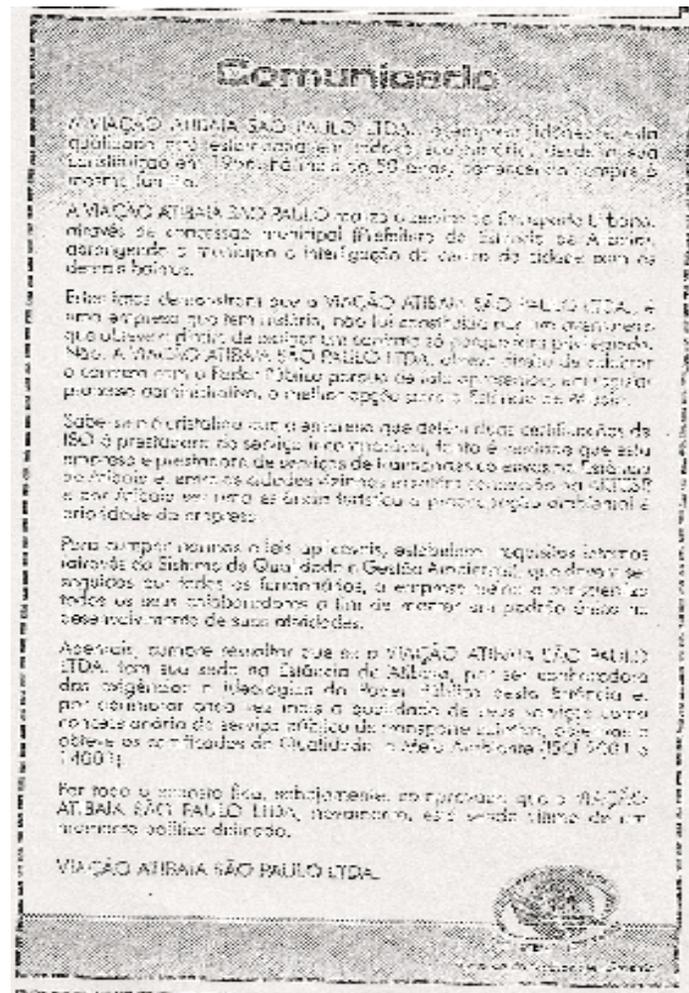


FIGURA 1 Comunicado publicado em 20/09/2008

Poderíamos propor uma sequência didática com um enfoque maior nas questões relativas à leitura que poderia ser organizada em três módulos, cada um deles direcionado a uma das três capacidades de linguagem.

No módulo 1, as atividades propostas estão ligadas à capacidade de ação. Pretendemos que os alunos desenvolvam a percepção a respeito das construções sócio-históricas do contexto físico e social do texto. Sugerimos algumas questões para serem abordadas:

- Quem é produz o texto? Explique sua resposta
- Onde provavelmente o texto foi produzido?
- Qual era o objetivo do enunciador do texto no momento da produção?
- Podemos perceber o posicionamento do enunciador do texto? Qual é?

A primeira questão envolve o emissor do texto, que não está explícito no texto. A assinatura ao final se refere apenas à própria empresa 'Viação Atibaia São Paulo', como se o produtor representasse toda a empresa e toda a empresa precisasse justificar o 'ataque' que vem sofrendo. Provavelmente o emissor é uma pessoa ligada à direção da empresa, uma secretária ou alguém responsável pelo marketing e pela imagem pública da empresa.

A segunda pergunta se refere ao local social de onde o texto foi produzido. Não há como defini-lo com exatidão, pois o texto não o informa. Espera-se que o aluno perceba que o universo que envolve o texto é empresarial. A identificação do objetivo do enunciador solicitada na terceira questão pede uma interpretação do aluno sobre todo o contexto que envolve a produção e perceba que, além de defender a idoneidade e a qualidade da empresa, o enunciador pretende convencer o leitor desse ponto de vista. Na última questão, há o posicionamento como vítima por parte do produtor. O enunciado '*Por todo o exposto fica, sobejamente, comprovado que a VIAÇÃO ATIBAIA SÃO PAULO LTDA, novamente, está sendo vítima de um momento político delicado*' confirma esta hipótese.

No módulo 2, sugerimos que se trabalhe com a capacidade discursiva. Pretendemos tratar da estrutura que é própria do gênero comunicado de empresa. Listamos abaixo algumas perguntas a serem colocadas aos alunos:

- Quais as sequências discursivas que compõem o texto? Destaque trechos do texto que comprovem sua resposta.

- Qual é o slogan da empresa?

- É possível fazer alguma inferência sobre a empresa a partir do slogan? Qual?

- Como é o logotipo da marca?

- Por que o nome da empresa está destacado do corpo do texto?

A questão sobre as sequências discursivas utilizadas no comunicado são a descritiva e a argumentativa. O início do texto marca a descrição da empresa ‘*A VIAÇÃO ATIBAIA SÃO PAULO LTDA. é empresa idônea e esta qualidade está estampada em toda a sua história, desde a sua constituição em 1956, há mais de 50 anos, pertencendo sempre à mesma família.*’ Citamos apenas um trecho, mas podemos encontrar mais exemplos no texto. A argumentação se encontra em sentenças como ‘*A VIAÇÃO ATIBAIA SÃO PAULO LTDA. obteve o direito de celebrar o contrato com o Poder Público porque de fato apresentou, em regular processo administrativo, a melhor opção para a Estância de Atibaia.*’ O conteúdo desta mostra um argumento a favor da empresa para defendê-la das acusações feitas, pois supostamente questionou-se a validade e legalidade da licitação da empresa. No ponto de vista da empresa a afirmação feita esclarece todas as possíveis dúvidas a respeito, porém não dá nenhum detalhe de como foi feito o contrato e como foi feita a seleção.

O slogan ‘*A marca do melhor atendimento*’ se refere ao ponto de vista que a empresa tem do serviço que oferece. Esta seria uma forma de confirmar sua permanência no município, já que o adjetivo *melhor* não supõe comparações. A repetição do slogan em todos os produtos, serviços e conteúdos divulgados sobre a empresa pretende imprimir esta ideia na concepção que o consumidor e usuário têm da organização. O logotipo da marca tem a forma circular e apresenta duas imagens: o globo terrestre e uma forma semelhante a uma asa de avião. Acima do desenho há o nome da empresa e abaixo a indicação de duas certificações obtidas pela instituição. O que mais nos chamou a atenção foi a semelhança da imagem com uma asa de avião que nos remete a ideia de rapidez, entretanto, trata-se da prestação de serviços rodoviários e neste caso rapidez não está associada a outro fator, que é a segurança, uma preocupação

de quem usa este tipo de meio de transporte no nosso país. Preocupação validada pelos altos índices de acidentes em nossas estradas.

Quanto ao destaque para o nome da empresa no corpo do texto, contamos seis repetições além da assinatura, o que totaliza sete ocorrências. A provável intenção do enunciador do texto é realmente fazer ecoar a expressão ‘Viação Atibaia São Paulo’ para que o leitor grave a marca. Este é um recurso bastante utilizado pela publicidade.

No módulo 3, o trabalho será com as capacidades linguístico-discursivas, o qual pode ser feito a partir de algumas perguntas, tais como:

- Como o nome da empresa é retomado no texto?

- O enunciador do texto utiliza dois tempos verbais: o passado e o presente.

Relacione as situações em que ocorrem cada um deles e a intenção do produtor do texto.

- Indique exemplos de voz passiva presentes no texto. Aponte qual é a relação da ação verbal descrita pelo autor do texto nestas passagens e a intenção ao enunciador.

- Aponte dois exemplos de adjetivos que indiquem avaliação presentes no texto.

A primeira questão trata da retomada do nome da empresa. Já observamos a repetição neste caso, mas há também o uso de sintagmas nominais: *a empresa, uma empresa, a melhor opção*. É interessante notar como a empresa se descreve e que não há a presença de anáforas pronominais comuns em muitos outros gêneros de texto.

Os tempos verbais, abordados na segunda pergunta, denotam as diferentes implicações do autor presentes nos textos. O comunicado apresenta trechos em que o autor se implica, mas a maioria das ocorrências aponta para o apagamento desta marca. O uso do presente é colocado com valor genérico, como por exemplo: ‘*A VIAÇÃO ATIBAIA SÃO PAULO LTDA., é empresa idônea e esta qualidade **está** estampada em toda a sua história*’. O tempo passado está relacionado à narração, pois há marcas da origem espaço-temporal do momento da produção, embora o emissor não esteja delimitado explicitamente, como nos trechos: ‘em 1956, **há** mais de 50 anos, pertencendo sempre à mesma família’ e ‘*A VIAÇÃO ATIBAIA SÃO PAULO LTDA. **obteve** direito de celebrar o contrato com o Poder Público por que de fato **apresentou** (...)*’. Em ambos os casos não há marcas do emissor, o que demonstra seu afastamento em relação ao texto e pressuposição de que a informação que está sendo transmitida é tida como verdade, não uma posição do produtor do texto.

Ainda em relação aos verbos, a terceira questão se refere à voz passiva. Destacamos o enunciado ‘(...) a VIAÇÃO ATIBAIA SÃO PAULO LTDA., novamente, está sendo vítima de um momento político delicado’. O sujeito da oração, neste caso, é a empresa, porém a mesma não é o agente da ação verbal, o que a coloca como sofrendo a ação. A escolha da voz passiva é feita em momentos no texto que o enunciador coloca a Viação na posição de quem recebe a ação, não de quem pratica; afirmamos, portanto, que a intenção do emissor do texto é estabelecer esta relação com a ação verbal e se colocar nessa posição de quem sofre a ação, no caso, sofre as críticas, assumindo a posição de vítima. Nesta posição, o produtor não assume participação na ação do outro.

Por fim, desejamos que o aluno perceba a argumentação defendida pelo comunicado que também é estabelecida por meio dos modalizadores. Destacamos os adjetivos, mas também podemos encontrar ocorrências de advérbios, verbos e locuções denotativas no mesmo texto. O ponto de vista do produtor do texto fica claro quando analisamos adjetivos presentes em trechos como: ‘*é empresa idônea*’ e ‘*prestadora de serviço incomparável*’. Este último reforça a ideia presente no slogan (A marca do melhor atendimento). No primeiro caso, observamos que a qualidade que a empresa atribui a si não é reforçada por argumentos que o comprovem, o texto apenas afirma que o contrato foi feito de forma regular e cita duas certificações que a empresa possui, não as justificando por meio dos parâmetros que foram utilizados para que a empresa os obtivesse.

Após o trabalho inicial com as capacidades de linguagem, sugerimos atividades que aprofundem ainda mais a compreensão do aluno quanto ao texto trabalhado e proporcionem ao aluno oportunidade de reflexão quanto às características do gênero escolhido e desenvolvimento da linguagem. As questões iniciais permitem fazer um levantamento das ideias centrais do texto e as possíveis intenções do enunciador. A primeira atividade na sequência que sugerimos é a solicitação para que os alunos criem novos títulos para o texto, de acordo com o que seria possível e aceitável para o gênero. Alguns exemplos que podemos citar: Carta aberta, Declaração pública, Informe à população. O que se deseja é que o estudante perceba que se trata de um gênero público, não pessoal e, embora tenha aspectos semelhantes, não se trata de um exemplar do

gênero notícia, nem do gênero anúncio, levantando desta forma semelhanças e diferenças entre outros gêneros e estimulando a criatividade individual.

Do mesmo modo, nossa proposta seguinte pretende estimular a produção de resumos a partir das proposições centrais do texto. Entende-se que esta seria uma forma muito interessante para desenvolver a habilidade de sintetizar os pontos principais do texto e ser capaz de redigir isso de forma sucinta. Espera-se desta forma aprimorar a habilidade de produção de texto. A partir dessa atividade, sugerimos dar continuidade ao desenvolvimento e aperfeiçoar a habilidade de se expressar oralmente. O aluno daria sequência ao resumo, reproduzindo-o aos colegas por meio de apresentação oral. Nesta atividade, provavelmente, serão mais perceptíveis os diferentes enfoques dados ao texto por cada aluno, o que gera um espaço propício para debater pontos de vista divergentes e desenvolver a expressão verbal, muitas vezes deixada de lado na escola.

Por fim, propomos a reprodução do comunicado analisado por meio da produção escrita do mesmo texto, porém em outro gênero textual. Neste caso específico, sugerimos três gêneros: a notícia, a carta aberta e a crônica. Pretendemos, dessa forma, que o aluno perceba quais são as principais características de cada gênero, percebendo que o mesmo tema pode ser tratado de diferentes formas, sendo adaptado conforme a intenção do produtor do texto.

Considerações finais

A produção do modelo didático permite ao professor uma compreensão maior do gênero a ser ensinado aos alunos, o que certamente poderá fazer com que ele organize as suas atividades de modo a levar os alunos a desenvolverem as capacidades de linguagem necessárias ao sucesso nas diferentes situações de interação verbal. Adotando esta postura, o professor poderá fazer um trabalho diferenciado que realmente leve os alunos ao domínio efetivo do uso da linguagem.

No caso do comunicado de empresa, gênero pouquíssimo levado para a sala de aula, a elaboração do modelo didático nos faz perceber que se trata de um texto bastante rico que, assim como os editoriais e artigos de opinião, recorre a diferentes expedientes para atingir o seu objetivo. Logo, estudar tais expedientes poderá levar o aluno também tanto a compreendê-los como a usá-los em suas produções textuais. E assim, por meio

do trabalho com a sequência didática, chegaremos ao desenvolvimento das capacidades de linguagem e, logo, ao uso efetivo e eficaz da linguagem, objetivo maior do ensino de línguas, que esperamos que o trabalho com gêneros possibilite aos alunos.

Referências

- BAKHTIN, M. M. “Os gêneros do discurso”. In: _____. **Estética da criação verbal**. Trad. Maria Ermantina Galvão. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- BRONCKART, Jean-Paul. **Atividade de linguagem, textos e discursos: por um interacionismo sociodiscursivo**. Trad. Anna Rachel Machado e Péricles Cunha. São Paulo: EDUC, 1999.
- _____. **Atividade de linguagem, discurso e desenvolvimento humano**. [Trad. de A. R. Machado; M. L. M. Matêncio et alii]. Campinas: Mercado de Letras: 2006.
- _____. **Agir e discurso**. Campinas: Mercado de Letras, 2008.
- COMUNICADO – Espetinhos Mimi. **Atibaia Hoje**, Atibaia, 20 nov. 2008. Policial, p. 8
- COMUNICADO – Viação Atibaia São Paulo Ltda. **Atibaia Hoje**, Atibaia, 14 jun. 2008. 1º Caderno, p. 3
- COMUNICADO – Viação Atibaia São Paulo Ltda. **Atibaia Hoje**, Atibaia, 20 set. 2008. Pontos de Vista, p. 5
- DOLZ, Joaquim; SCHNEUWLY, Bernard. **Pour un enseignement de l’oral: initiation aux genres formels à l’école**. Paris: USF, 1998.
- DOLZ, Joaquim; NOVERRAZ, Michèle, e SCHNEUWLY, Bernard. Sequências didáticas para o oral e a escrita: apresentação de um procedimento. In: DOLZ, J. e SCHNEUWLY, B. **Gêneros orais e escritos na escola**. Trad. e org. Roxane Rojo e Glais Sales Cordeiro. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2004.
- GOLD, Miriam. **Redação empresarial: escrevendo com sucesso na era da globalização**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- MACHADO, Anna Rachel. **A necessária construção do modelo didático de gênero a ser trabalhado: considerações teóricas exemplo**. Texto produzido para o PREPES VIRTUAL da PUC/Minas, 2001.
- MARCUSCHI, Luiz Antonio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, A.P., MACHADO, A. R. e BEZERRA, M. A. (Orgs). **Gêneros textuais & ensino** 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002 (a).

_____. **Compreensão de texto:** algumas reflexões. In: DIONISIO, A.P., MACHADO, A. R. e BEZERRA, M. A. (Orgs). O livro didático de Português: múltiplos olhares. 2.ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002 (b).

TRAVAGLIA, L.
http://www.mel.ileel.ufu.br/homepages/travaglia/artigos/artigo_generos_de_texto_definidos_por_atos_de_fala.pdf. Acesso: 10 julho de 2010