

A TEORIA DA RELEVÂNCIA NAS TIRAS DE JORNAL

Sérgio Crepaldi

Muitos estudos e teorias pertinentes à interpretação de textos têm sido elaborados nos últimos anos. Tais estudos abordam, no mais das vezes, textos em prosa ou em verso. Este trabalho visa utilizar uma dessas teorias para analisar um tipo diferente de texto: as tiras de jornal (quadrinhos). É cada vez mais freqüente o uso de quadrinhos - tiras ou charges - nas atividades voltadas ao estudo do texto. A utilização dessa variedade textual em livros didáticos e em avaliações, tais como vestibulares, ENEM e concursos públicos é justificada - além da presença de humor - pela transmissão de informações de forma compacta, exigindo do leitor, por isso mesmo, grande capacidade de observação, além de sagacidade e um razoável conhecimento de mundo para descobrir ironias, subentendidos, pressupostos e tantos outros aspectos textuais que não estão na superfície do texto, mas sim em sua estrutura profunda. Tentando identificar e justificar a presença desses elementos textuais em nosso corpus, apoiamos-nos nos Princípios de Cooperação de Paul Grice e nas teorias de Sperber e Wilson. Nossa intenção, ao aplicarmos os estudos de Grice e Sperber e Wilson era identificar, explicar e justificar a ocorrência de informações não-explicitas nas tiras. A aplicação dessas teorias surpreendeu-nos ao nos revelar quão rica é, de fato, a capacidade informativa dos quadrinhos, auxiliando-nos na busca e na interpretação de informações não-expressas textualmente e, também, como subsídios indispensáveis para podermos sustentar nossa proposta, qual seja, a de identificar e resgatar elementos textuais na estrutura profunda das tiras de jornal.

A HORA E A VEZ DE AUGUSTO MATRAGA: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA

Roseli Cantalogo Couto (UNAERP)

Este trabalho trata da investigação do conto "A hora e vez de Augusto Matraga", com base na teoria semiótica francesa. Aplica-se a ele o percurso gerativo de sentido com o objetivo de desenvolver uma análise semionarrativa e semiodiscursiva. Assim, descreve-se o percurso narrativo do sujeito que se transforma ao longo do tempo e essa transformação leva-o a questionar o valor de seus valores iniciais. Pretende-se ainda observar como essas transformações se manifestam no nível discursivo por meio da mudança de nomes que concretizam o sujeito que, na situação inicial da narrativa, é o ator "Augusto Esteves das Pindaíbas", depois, Nhô Augusto e, finalmente, Matraga". Descrevem-se ainda as figuras temporais e espaciais e sua função no nível do discurso enunciado.

AS FORMAÇÕES DISCURSIVAS NO FILME "DEUS É BRASILEIRO"

Maria Elizabeth Souza de Assis

Quando vi o filme "Deus é Brasileiro" pela primeira vez, fiquei encantada com a beleza da fotografia e o paradoxo da ingenuidade maliciosa dos personagens Deus, Taoca e Madá (uma intertextualidade com Madalena - a pecadora dos tempos de Jesus Cristo).

Assim que o filme acabou, coloquei algumas idéias no papel e comecei a preparar um artigo, analisando o discurso desses três personagens e suas principais formações discursivas.

Para isso, fui buscar na escola francesa da Análise de Discurso os pressupostos teóricos necessários para essa análise. Como sabemos, o conceito de formação discursiva tem grande relevância na análise dos discursos, pois através dele chegamos ao lugar da ideologia de onde os sujeitos produzem sentidos. Analisar um discurso, segundo Foucault (2000), "é fazer desaparecer e reaparecer as contradições, é mostrar o jogo que jogam entre si, é manifestar como pode exprimi-las, dar-lhes corpo ou emprestar-lhes uma fugidia aparência".

DIALÉTICA E ARGUMENTAÇÃO: AS CATEGORIAS E O DISCURSO

Júnia Diniz Focas (UFMG)

Análise das Categorias aristotélicas enquanto elemento mediador e estruturador das relações argumentativas no discurso. Concepção de discurso e de argumentação baseada no princípio kantiano de "experiência", articulado com a natureza lógico-filosófica das Categorias, exatamente enquanto objetos de uma "experiência" que se traduz e se reflete no discurso via um processo de construção dialética da realidade.

O DISCURSO ESTRATÉGICO: A ARGUMENTAÇÃO SECRETA

Sumiko Nishitani Ikeda (PUC-SP)

A análise crítica está interessada em suposições de natureza ideológica, que, embora não façam parte da estrutura formal do texto, são aspectos de sua interpretação. O texto é "um produto do processo de sua produção, envolto no discurso que constitui o processo social de qualquer interação" (Fairclough, 1989:24). Nossa análise focaliza um ensaio publicado na revista VEJA, e considera essa estrutura dentro do enquadre de uma propriedade matemática - a da transitiva das igualdades - (Se $A = B$, e $B = C$, então $A = C$), que o permeia. O texto é, a um exame superficial, uma descrição de três profissões, mas ele esconde uma crypto (secreta)-argumentação (Kitsis & Milapides, 1997) ou um "mundo textual" (Semino, 1997). Por "mundo textual", o autor quer dizer "o contexto, cenário ou tipo de realidade, que é evocado em nossas mentes durante a leitura e que é referido pelo texto ..." (1). Segundo suas palavras, quando lemos, inferimos ativamente um mundo textual "atrás do texto". Sugiro que o autor do ensaio sob exame recorre a esse tipo de estratégia devido à sua posição na instituição - ele é seu editor especial -, para expor sua opinião referente à última eleição presidencial. Ao entrar numa instituição, uma pessoa é categorizada de acordo com as prioridades e interesses da instituição (Edwards, 1991). O ensaio sob consideração é um ensaio assinado e não só tenta informar, mas também informar sob certa perspectiva, e contribuir para formar a opinião pública. Como está assinado, não representaria necessariamente a posição da revista: contudo, só o fato de um ensaio aparecer numa revista como a VEJA permite-nos investi-lo com a mesma autoridade e credibilidade desfrutadas pela revista.

POLIFONIA E DIALOGISMO: CONCEITOS E VALORES NA PROPAGANDA PUBLICITÁRIA

Marjorie Pelik Kempe (UNOPAR), Daniela de Barros Cobra, Raquel Serra Ferreira Maia

Com base nos pressupostos teóricos da Análise do Discurso, de linha francesa, discutimos o processo cultural e social, presentes na linguagem publicitária. O objetivo deste trabalho é, pois, refletir sobre a sociedade globalizada e múltipla. Para tanto, selecionamos como corpus uma peça publicitária da marca Volkswagen, em que destacamos a linguagem polifônica e o dialogismo. Procuramos analisar de que modo conceitos persuasivos preocupam-se em agregar valores ao produto e convencer o enunciatário da sua necessidade, particularmente no que diz respeito à mobilidade social, ao prazer, à liberdade, à aventura e à auto-afirmação, implícitos na peça publicitária. Em apoio à análise, discutimos os pressupostos e propostas da AD, visando a uma reflexão sobre os contornos de nossa sociedade e os discursos produzidos por ela. (Palavras-chave: linguagem, sociedade, análise do discurso).

PROJETO EDITORIAL: PARA UMA CARACTERIZAÇÃO DE GÊNERO

Assunção Aparecida Laia Cristóvão (UNESP)

Um dos gêneros do discurso menos estudados do universo jornalístico é o projeto editorial, possivelmente por sua característica de ficar restrito aos funcionários do veículo de comunicação. Este trabalho pretende oferecer subsídios para uma caracterização do gênero projeto editorial a partir da análise do corpúsculo disponibilizado pelo jornal Folha de S. Paulo em 1985, quando já tinha formulado quatro versões de projeto e com mais outros três divulgados desde então, até o último, datado de 1997. Os projetos editoriais têm por característica identificar a visão que o jornal tem do mundo, do jornalismo, etc, para, a partir dessa análise, propor as metas que se desejam alcançar com a publicação. Por isso, este trabalho irá categorizar o gênero projeto editorial como prescritivo, ao contrário do texto jornalístico padrão, considerado do gênero informativo e/ou opinativo. Para efetuar a análise foi aplicado o conceito de gênero desenvolvido pelo Círculo de Bakhtin e observados aspectos como léxico, pessoa verbal, discurso de autoridade, além do conceito de dialogismo, fundamental na obra do teórico russo. (Palavras-chave: Projeto editorial; jornalismo; gênero do discurso; Folha de S. Paulo).