

GÊNEROS DISCURSIVOS E FATORES DE TEXTUALIDADE: UM MODELO PARA ANÁLISE DE TEXTOS¹

Ana Carolina Ferreira de Araújo²
Dayse Lopes de Barros Benício³
José Moacir Soares da Costa Filho⁴

INTRODUÇÃO E REFERENCIAL TEÓRICO

O ensino de Língua Portuguesa enfrenta o desafio contemporâneo de manter o texto como peça central no processo educacional, conforme preconizado pelos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) (BRASIL, 1998) e pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC) (BRASIL, 2018). O método proposto envolve uma abordagem cíclica, integrando leitura, análise linguística/semiótica, produção de textos e oralidade.

Essa prática deriva da concepção de língua(gem) como interação social, em que as interações humanas se desenvolvem por meio de textos reconhecidos como gêneros textuais ou discursivos. Antes de abordar o desenvolvimento do trabalho, são apresentadas breves considerações sobre a Linguística Textual, inserida no campo da Linguística, e suas fases de evolução.

Originada nos anos de 1960, a Linguística Textual passa por três fases, sendo a terceira caracterizada pela virada pragmática. Nessa fase, Beaugrande e Dressler (1981) concebem o texto como ocorrência comunicativa e estabelecem sete fatores para sua constituição: coesão, coerência, intencionalidade, aceitabilidade, informatividade, situacionalidade e intertextualidade.

Esses fatores, divididos em cotextuais e contextuais, abordam aspectos desde a superfície do texto até aspectos pragmáticos. A coesão refere-se à conexão entre elementos, enquanto a coerência promove a inter-relação semântica. Os fatores contextuais incluem

¹ Este trabalho apresenta uma síntese dos resultados do Projeto Pibic/CNPq “Modelo para análise de textos: da linguística textual à pragmática”, financiado pela FAPESq e desenvolvido pelo Núcleo de Estudos em Aquisição da Linguagem e Ensino (NEALE), do Instituto Federal da Paraíba (IFPB).

² Graduando do Curso de Letras do Instituto Federal da Paraíba - IFPB, carolina.ferreira@academico.ifpb.edu.br;

³ Graduando pelo Curso de Letras do Instituto Federal da Paraíba - IFPB, dayse.lopes@academico.ifpb.edu.br;

⁴ Doutor em Linguística. Professor Efetivo do Curso Superior de Licenciatura em Letras com Habilitação em Língua Portuguesa do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB, Orientador, jose.costa@academico.ifpb.edu.br;

intencionalidade, aceitabilidade, informatividade, situacionalidade e intertextualidade, abordando elementos que ultrapassam a superfície do texto, como a interpretação da situação pelos leitores e a dependência do conhecimento prévio para produção e recepção de um texto. Com base nisso, o objetivo deste trabalho foi desenvolver um modelo de análise de textos a partir dos fatores de textualidade.

Para desenvolver o modelo, exploramos considerações teóricas fundamentais. No contexto da coesão, essencial para a progressão textual, abordamos as contribuições de Koch (2020), destacando a coesão referencial e sequencial. A primeira envolve o uso de elementos lexicais e gramaticais para evitar repetição e impulsionar a progressão, enquanto a segunda está relacionada à construção dos sentidos desejados no texto. Ambas são cruciais para a apresentação coesa dos textos.

A coerência, central em nosso modelo, prevalece, pois os demais fatores parecem operar em sua função. Fundamentamos essa perspectiva nas considerações de Koch e Travaglia (2018) sobre a coerência, incorporando elementos como situação, intenção comunicativa, participantes e regras socioculturais que constituem o contexto, proporcionando um "palco" para a atuação dos textos em diversos gêneros textuais.

A intencionalidade e a aceitabilidade interagem entre si. A intencionalidade, ultrapassando a mera intenção comunicativa, guia os movimentos do produtor para construir um texto coeso e coerente. A aceitabilidade representa a receptividade do leitor, não julgando o texto, mas facilitando a percepção da coesão e coerência com base no conhecimento prévio sobre o tema, gênero, propósito e contexto.

A situacionalidade fundamenta o texto ao ancorá-lo em um contexto histórico e sociocultural. Analisa como os elementos utilizados na construção do texto permitem a identificação do contexto e como o sentido desses usos linguísticos se sustenta na compreensão do momento em que os textos são produzidos e circulam.

A informatividade, relacionada à relação entre os conteúdos conhecidos e novos para o leitor, destaca-se pela mediação necessária. Se o texto traz conteúdo totalmente conhecido, pode se tornar desinteressante, enquanto se for totalmente novo, o leitor pode não o compreender com base nos conhecimentos prévios, desconsiderando a leitura.

Por fim, a intertextualidade, explícita ou implícita, é uma característica vital em muitos textos. Reconhecendo que o conhecimento evolui a partir do que já foi produzido, destacamos a importância de equilibrar a presença de elementos intertextuais sem prevalecer sobre a originalidade, evitando assim a mera cópia.

METODOLOGIA

A partir das contribuições acerca dos fatores de textualidade, o modelo para análise de textos foi esboçado por meio da análise em um texto. Nessa etapa da pesquisa, selecionamos um anúncio publicitário como referência para aplicar os conhecimentos teóricos adquiridos. Vejamos o anúncio analisado:

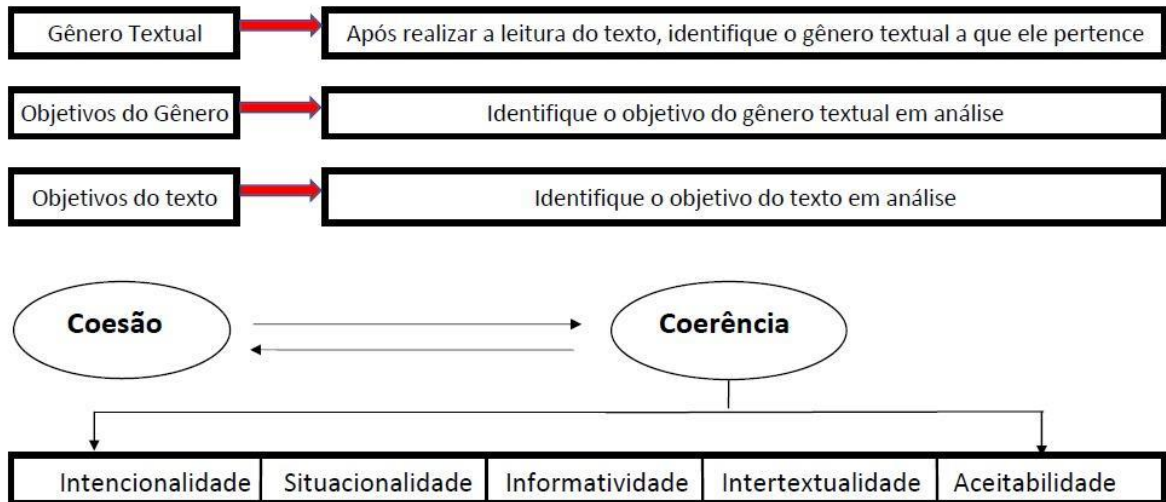
Figura 1: Anúncio publicitário Heineken



Fonte: Google imagens

Após a análise inicial, realizada com o texto exposto, definimos e elaboramos o design do modelo de análise de textos, posicionando os fatores de textualidade com a compreensão de sua atuação interligada, dependente do gênero e propósito comunicativo do texto, conforme figura 2 que segue.

Figura 2: Modelo de análise de textos



Fonte: Elaborado pelo autores

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Modelo proposto (figura 2) enfatiza a relação intrínseca entre o texto e o contexto/situação comunicativa, que molda suas características para atender aos propósitos comunicativos. Inicialmente, a análise busca identificar o gênero textual, seguido pela compreensão dos objetivos gerais e específicos desse gênero. A segunda parte do modelo aplica os fatores de textualidade, destacando coesão e coerência como fatores cotextuais essenciais. Intencionalidade e aceitabilidade, como fatores contextuais, encontram-se nas extremidades, convergindo a partir de direções distintas (produtor e leitor).

A interação entre produtor e leitor é crucial para a convergência de intencionalidade e aceitabilidade. No percurso, outros fatores contextuais como situacionalidade, informatividade e intertextualidade devem ser considerados. A situacionalidade destaca a influência do contexto na produção; já a informatividade relaciona-se ao conhecimento prévio necessário; e, a intertextualidade incorpora elementos de outros textos na interpretação. Os cinco fatores contextuais, no final, contribuem para a constituição da coerência, percebida como fundamental para a eficácia dos textos em seus propósitos.

Analisando o anúncio publicitário da cerveja Heineken no período de pandemia de Covid-19, exposto na figura 1, ilustramos a aplicação do modelo de análise de textos proposto.

A figura 1, como vimos, representa uma imagem estática retirada de um texto originalmente concebido no formato de vídeo, sendo um anúncio publicitário da marca de

cerveja Heineken, lançado em 2021, durante a pandemia de Covid-19. O contexto histórico da pandemia destaca a necessidade de protocolos de distanciamento social nas interações sociais.

Ao aplicarmos o Modelo, exposto na figura 2, reconhecemos que o objetivo do gênero anúncio publicitário é divulgar um produto, serviço ou ideia. No caso específico do anúncio da Heineken, o objetivo é promover e persuadir o leitor a consumir a cerveja dentro do contexto social específico, seguindo os protocolos de distanciamento social.

Na análise da coesão, observamos a presença da conjunção condicional "Se" no texto verbal, indicando uma recomendação sobre como agir ao beber uma Heineken na companhia de outra pessoa. A ausência explícita de marcas de coesão referencial é compensada pela construção da frase "Se for beber...", sugerindo uma interação com o leitor, conforme esperado no gênero anúncio.

Explorando a coerência, focamos na análise da intencionalidade. A linguagem não verbal destaca as garrafas de cerveja, centralizadas na imagem, cumprindo o objetivo do gênero de chamar a atenção para o produto. A imagem secundária de duas pessoas, um pouco desfocada em segundo plano, pode associar-se às medidas de distanciamento social, contribuindo para a ativação do conhecimento prévio do leitor sobre a prevenção da Covid-19.

A situacionalidade, analisada por meio da linguagem não verbal, reforça o contexto histórico da pandemia, sugerindo que o consumo do produto deve respeitar o distanciamento social. O texto verbal, ao mencionar "Se for beber junto, mantenha as cervejas longe", reforça a ideia de que o consumo deve ser feito com cuidado.

Em relação à informatividade, o anúncio não adiciona conteúdo novo, mas se destaca pela estrutura que posiciona a Heineken como consciente das medidas de distanciamento social, potencialmente atraindo a atenção do leitor.

A intertextualidade é evidente na referência às medidas de distanciamento, estabelecendo uma conexão com documentos normativos relacionados à Covid-19, sem comprometer a originalidade do anúncio.

A aceitabilidade, avaliando a associação entre o texto e a marca Heineken, é condicionada ao conhecimento prévio do contexto histórico. A coerência geral do texto, com elementos referenciais e sequenciais coesos, contribui para a interação entre produtor e leitor na atividade de leitura.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o propósito de desenvolver um modelo de análise textual, fundamentado nos fatores de textualidade provenientes da Linguística Textual, nosso trabalho concentrou-se predominantemente nos fatores de textualidade e formulamos um modelo de análise textual que se baseia exclusivamente nos fatores de textualidade.

Nossa análise destacou a importância de abordar os fatores de textualidade com cuidado. Reconhecemos a complexidade dos textos e materiais flexíveis que podem variar conforme os objetivos para os quais circulam na sociedade.

É crucial enfatizar que o modelo desenvolvido representa apenas uma abordagem entre diversas possíveis na área da Linguística. Diante disso, ressaltamos a necessidade contínua de estudos que ampliem a discussão sobre métodos de análise textual. Isso proporcionaria categorias de análise não apenas para os professores, atuando como avaliadores de textos, mas também para os alunos, capacitando-os como produtores capazes de realizar autoavaliação em suas produções textuais.

Palavras-chave:

Linguística textual; Fatores de textualidade; Gêneros textuais; Análise de textos.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Irandé. Análise de textos: fundamentos e práticas. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

ANTUNES, Irandé. Textualidade: noções básicas e implicações pedagógicas. São Paulo: Parábola Editorial, 2017.

BRASIL. Base Nacional Comum Curricular. Brasília: MEC, 2018.

BRASIL. Parâmetros Curriculares Nacionais – 5a a 8a séries: Língua Portuguesa. Brasília: Ministério da Educação, 1998.

BEAUGRANDE, Robert de.; DRESSLER, Wolfgang. Introduction to Text Linguistics. New York/USA: Longman, 1981.

COSTA VAL, Maria da Graça. Repensando a textualidade. In: AZEREDO, José Carlos de. Língua portuguesa em debate: conhecimento e ensino. Rio de Janeiro: Vozes, 2000. p. 34-51.

KOCH, Ingedore Villaça; TRAVAGLIA, Luiz Carlos. A coerência textual. 18 ed. São Paulo: Contexto, 2018.

KOCH, Ingedore Villaça. Introdução à linguística textual: trajetória e grandes temas. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2021.