

MORFOSSINTAXE: ENSINO A PARTIR DE GÊNEROS TEXTUAIS

Lúcia Helena Peyroton da Rocha (UFES)

lhpr@terra.com.br

Aline Moraes Oliveira (UFES e Faculdade Saberes)

alinekinha@ig.com.br

Muitos estudiosos de todo o país vêm desenvolvendo diferentes abordagens ao se trabalhar a morfossintaxe – ora percebemos uma abordagem de cunho mais tradicional, ora percebemos um enfoque mais funcional. Diversas publicações e a experiência com o lecionar apontam para o fato de que o estudo/ensino relacionado à gramática tem causado muita angústia em professores dos ensinos fundamental, médio e superior. Parece sempre haver uma dúvida que gira em torno do ensinar ou não gramática; do como ensinar; do porque ensinar.

Entendemos que estudar/ensinar gramática é sim uma tarefa árdua, mas que deve ser executada, em sua plenitude, na escola – com o objetivo de fazer o aluno compreender o efetivo funcionamento da língua, em situações reais de comunicação. Para nós, a nomenclatura não deve ser extinta, pois precisamos ter uma fala comum, mas deve ser ministrada, sobretudo, em turmas de ensino fundamental e médio com certa cautela. Visando a esse equilíbrio, propusemos, em nossas aulas, discussões com alunos do curso de Letras de duas instituições.

A proposta de estudar morfossintaxe a partir de gêneros textuais surgiu há alguns anos em turmas de Letras da Universidade Federal do Espírito Santo, com a Professora Lúcia Helena Peyroton da Rocha (autora deste artigo). O objetivo era levar para a sala de aula textos que circulam na Grande Vitória, para discutir, analisar, classificar os elementos ali presentes, tanto os verbais como os não verbais; enfim, o grande propósito dessas aulas era discutir gramática em textos reais, desenvolvendo, dessa maneira, uma maior capacidade crítica na visão dos alunos.

Com o passar dos anos, essa proposta foi mostrando resultados significativos, por exemplo, alunos que antes tinham verdadeira

aversão à gramática, passaram a demonstrar interesse e envolvimento nas atividades. Propusemos, então, desenvolver esse estudo em caráter de pesquisa e de iniciação científica. Alunos de graduação em Letras de duas instituições de ensino superior, uma pública – a Universidade Federal do Espírito Santo, outra privada, a Faculdade Saberes, participam desse projeto.

O projeto encontra-se em fase de andamento, mas pretendemos compartilhar, por considerarmos válidas, através deste artigo, mesmo que modo ainda parcial, nossas experiências.

1. Ponto de partida

Lançamo-nos o desafio de viabilizar o estudo/ensino da morfossintaxe a partir de gêneros textuais, com abordagens de gramáticos e de linguistas. Propusemo-nos a delimitar o *corpus* da pesquisa que foi e ainda está sendo extraído de gêneros textuais que circulam na Grande Vitória. A escolha desse material justifica-se pela presença de diferentes gêneros textuais presentes em jornais, rádios, propagandas. Para uma primeira etapa de pesquisa, voltamos nossas atenções ao estudo ao adjunto adnominal, do complemento nominal e do sujeito¹. Pretendemos continuar aplicando essa proposta a outros elementos morfossintáticos.

Entendemos que a morfossintaxe deve ser tratada observando a variação que existe no funcionamento discursivo dos elementos analisados, partindo do inter-relacionamento que há entre os componentes sintático, semântico e pragmático. Ideia essa que ratifica ainda mais a nossa visão acerca do fenômeno de estudo de língua a partir de gêneros textuais, em que não se deve considerar um aspecto isoladamente, e sim todo o contexto, de modo que haja uma articulação sintático-semântico-pragmática.

Lançamos mão do pensamento proposto pela linha funcionalista ao conceber a língua como um instrumento de comunicação, e postular que esta não pode ser considerada como um objeto autônomo, mas uma estrutura submetida às pressões provenientes das situa-

¹ Participam diretamente do desenvolvimento desses estudos as alunas Mônica Rocha Freire de Souza e Samira Farage Davi – alunas da Faculdade Saberes – Vitória – ES.

ções comunicativas, que exercem grande influência sobre sua estrutura linguística. Assim, o funcionalismo analisa a estrutura gramatical tendo como referência a situação comunicativa inteira: o propósito do ato de fala, seus participantes e seu contexto discursivo.

A pesquisa se justifica na medida em que somente através do exame de dados de textos reais é possível determinar como os elementos de construção do discurso são usados por falantes/emissores reais, engajados em interações comunicativas. A análise desses dados pode fornecer material relevante para a compreensão de como os humanos produzem e processam a linguagem. Além disso, poder-se-á observar os planos discursivos, a relevância discursiva e a linearidade em textos escritos e orais para que assim contribuirmos para os estudos linguísticos.

Além disso, buscamos e continuaremos buscando criar formas de intervenção no ensino básico de Língua Portuguesa, seja através de divulgação da pesquisa em congressos, seja através de elaboração e implementação de material didático, seja através de formas outras possíveis.

2. *Longa caminhada*

Seguindo o raciocínio do primeiro subtítulo, nomeamos “Longa caminhada” este bloco do artigo na tentativa de ilustrarmos o nosso olhar sobre este trabalho. Para nós, ele representa uma longa caminhada de investigações, de acertos, de erros, de discussões.

Consideramos, neste trabalho, morfossintaxe como o estudo simultâneo da sintaxe e da morfologia, ou seja, o estudo em que, ao se analisarem frases - sempre sem perder de vista seu contexto, a situação de texto em que se encontram; considerando-se, portanto, também aspectos semânticos e pragmáticos -, serão levadas em conta não só as funções sintáticas exercidas por expressões nessas frases, mas também as classes gramaticais e as orações que exercem essas funções; além de considerarmos também a leitura discursivo-pragmática do gênero em questão.

Partimos da ideia de que a língua é uma forma de ação social e histórica, logo consideramos que os gêneros textuais se constituem

como ações sócio-discursivas para agir sobre o mundo e dizer o mundo, constituindo-o de algum modo. Vejamos, a seguir, citando Marchuschi (2002, p. 22-23), uma breve definição de gêneros textuais:

(b) Usamos a expressão gênero textual como uma noção propositalmente vaga para referir os textos materializados que encontramos em nossa vida diária e que apresentam características sócio-comunicativas definidas por conteúdos, propriedades funcionais, estilo e composição característica. Se os tipos textuais são apenas meia dúzia, os gêneros são inúmeros. Alguns exemplos de gêneros textuais seriam: telefonema, sermão, carta comercial, carta pessoal, romance, bilhete, reportagem jornalística, aula expositiva, reunião de condomínio, notícia jornalística, horóscopo, receita culinária, bula de remédio, lista de compras, cardápio de restaurante, instruções de uso, outdoor, inquérito policial, resenha, edital de concurso, piada, conversação espontânea, conferência, carta eletrônica, bate-papo por computador, aulas virtuais e assim por diante.

Concordamos com Marchuschi ao dizer que trabalhar com gêneros textuais é uma oportunidade de lidar com a língua em seus mais diversos usos autênticos no cotidiano, podemos observar tanto a modalidade oral como a modalidade escrita da língua.

Na tentativa de ilustrarmos um pouco do nosso objetivo central - viabilizar o estudo/ensino da morfossintaxe a partir de gêneros textuais, com abordagens de gramáticos e de linguistas – apresentaremos aqui um gênero textual e algumas possibilidades de análises/trabalhos a serem desenvolvidos. Utilizamo-nos aqui de um *outdoor* da Hortifruti (créditos à MP Publicidade²). Discutiremos alguns tópicos que consideramos pertinentes para a abordagem em sala de aula e elencaremos alguns pontos que vislumbramos a possibilidade do trabalho com a morfossintaxe.



² <http://www.mppublicidade.com.br>

A propaganda é uma tática mercadológica, um instrumento de vendas. Ela trabalha com arte, criatividade, raciocínio, moda, cultura, psicologia, tecnologia, enfim, com um complicado composto de valores e manifestações de capacidade humana. A propaganda tem uma importante função específica: a persuasão do consumidor. Motivos esses que respaldam o uso de propagandas em salas de aula.

As estratégias de comunicação para obterem sucesso na criação publicitária não partem somente da persuasão, partem também de vários norteadores, como pesquisas de posicionamento de marcas; de segmentação psicográfica; estudo de conceitos. Isso se emprega em criação de textos para todos os tipos de veículos, sejam as revistas, os jornais, os *outdoors* (cartazes, painéis), rádio, televisão, publicidade direta, seja a mídia suplementar.

Outdoor é considerado

Designação genérica da propaganda feita ao ar livre. Literalmente (do ingl. *outdoor advertising*), designa qualquer propaganda feita fora, exposta em via pública. Podemos distinguir vários tipos de *outdoor* (v. *painel, cartaz, letreiro, luminoso, tabuleta, parede pintada, transporte, anúncio-sanduíche, overkay, blacklight*), que apresentam, contudo, características constantes, grande poder de comunicação, apelo visual e leitura instantânea, grandes dimensões, colocação em locais de boa visibilidade e onde transita intenso fluxo de pessoas. (RABAÇA; BARBOSA, 1995, p. 431)

O grande diferencial nesse tipo de veículo é que ele é percebido de passagem, nas vias públicas, diferentemente do folheto, do rádio, do jornal, da revista, que dependem de uma manifestação voluntária do consumidor. Outro ponto que merece destaque é a forma como ele é construído, ou seja, seu tamanho e cores causam impacto sobre o público, e ainda, pela repetida exibição conseguem, de acordo com Sant'Anna (1998), influir, fixar uma mensagem breve e veicular uma impressão. Isso porque o *outdoor* utiliza mensagens curtas e diretas associadas a imagens igualmente simples e fortes.

Carvalho (2000) aponta que o *outdoor* possui uma forma típica e ancorada em Lagneau (1974, p. 119) segue a disposição “à americana”, ou seja, a leitura desse tipo de publicidade tende a ser feita num movimento de “Z”, o olho percorre inicialmente a foto, decifra a argumentação e conclui com o símbolo da marca.

Para efetuarmos a análise de uma imagem, é de fundamental importância identificarmos os principais elementos da composição. Um segundo passo seria estabelecer uma decomposição e, imediata recomposição das partes em relação ao todo, não nos distanciando da perspectiva de que tudo depende da ordem e da intensidade em que são organizados, ou seja, depende da configuração, da percepção. Esse princípio é válido tanto para texto quanto para imagem, daí devemos buscar sempre os elementos fundamentais desses objetos de análise, visto que ele se emprega aos discursos da propaganda.

A campanha “Ritmos” entrou em cartaz em novembro de 2009 substituindo a premiada campanha “Hollywood”, que durante dois anos invadiu a cidade com uma série de *outdoors* temáticos com paródias divertidas de títulos de filmes famosos. Criada pela agência capixaba MP Publicidade, a campanha tem a música como inspiração e passa a fazer paródias de frases famosas de sucessos nacionais e internacionais.

Nas peças da campanha “Ritmos”, vimos a possibilidade de estabelecermos um diálogo entre a música e a sociedade, uma vez que essa esteve sempre presente ao longo da história da humanidade e relaciona-se com a religião, com a cultura, com o trabalho, com a vida – de modo geral.

Discutir aspectos sociais, apresentar o artista responsável pela canção, refletir sobre paródia são ações simples que podem ser desempenhadas a partir do *outdoor* em destaque.

Além disso, sugerir à turma uma leitura morfossintático-semântico-discursivo-pragmática do gênero a fim de desenvolver um maior nível de criticidade e de estabelecer relação entre o que é verbal (ou não verbal) e a mensagem transmitida. Ou seja, estabelecer relação entre as estruturas morfossintáticas e seus valores semântico-discursivo-pragmáticos.

Conceituar e discutir transitividade verbal, tipos de sujeito (incluindo oração sem sujeito³), complementação verbal, marcação do futuro com verbo auxiliar (como em “fui viajar”). Nossa intenção é de apenas citar alguns dos nossos olhares sobre o *outdoor* da Horti-

³ Dependendo do nível da turma discutir a questão: sujeito como termo essencial e a existência da oração sem sujeito.

fruti (amanheceu/peguei...). Temos ciência de que não exaurimos nossas possibilidades aqui.

3. *Ponto de chegada*

Trabalhamos e continuaremos a trabalhar numa perspectiva interacional, propondo leituras que contemplem a dimensão ideológica, a discursiva e a social.

Percebemos que a construção do discurso publicitário passa por uma série de etapas, como a da pesquisa de campo, a da criação, a dos testes, a da circulação, dentre outras, que gira em torno do objetivo maior que é persuasão, que para alcançar êxito depende de diversos fatores como o contexto de produção e de recepção.

Podemos dizer que o suporte interfere na produção de sentido, pois ele regula a quantidade de dados que pode ser exposto, assim no *outdoor* as informações tendem a aparecer de forma condensada. É recorrente, também, no *outdoor*, a presença de elementos imagéticos. Para que as informações sejam breves e completas, entram em cena a referenciação e a implicatura, além dos elementos do Princípio da Cooperação e das estratégias de proteção e/ou exposição de face, seja negativa ou positiva.

Refletir sobre a propaganda como um todo mostrou-nos que ela tem suas particularidades no que diz respeito a cada veículo. E que o veículo e o texto são escolhidos de acordo com o objetivo que se busca alcançar. Merece destaque ainda o estudo minucioso que fizemos e ainda estamos trilhando sobre o suporte *outdoor* e sobre o tipo de texto que nele aparece. Percebemos que os textos eram bem curtos e objetivos, atualmente os *outdoors* expõem textos extensos e complexos, que têm um número exagerado de informações. Um exemplo disso são os *outdoors* que divulgam operadoras de telefones móveis.

Evidencia-se que a escolha dos espaços onde apareceram e aparecem os *outdoors* não foi aleatória, visto que suas peças, na Grande Vitória, estão situadas, em sua maioria, próximas às lojas da Hortifruti.

Trabalhar com gêneros textuais em salas de aulas é uma tarefa densa e ao mesmo tempo ímbar. Percebemos alguma resistência, da parte dos alunos, em relação ao trabalho com gêneros; enfatizamos que a maior dificuldade é fazer esse tipo de abordagem chegar à escola, porque há muitos professores pouco atualizados, que preferem seguir roteiros de livros didáticos. Almejamos minimizar o peso das aulas de línguas (sobretudo, de língua portuguesa) ao inserir essa proposta nas escolas. Queremos que nosso alunado tenha uma visão mais aguçada da língua – uma visão que tenha real serventia na vida cotidiana.

Para as próximas fases da pesquisa, buscaremos parcerias com os governos municipais e estaduais do Espírito Santo a fim de implementar um pouco do que vem sendo feito no mundo acadêmico. Objetivamos fazer *o saber* circular, pois trabalhar os gêneros textuais em sala de aula é uma excelente oportunidade de se lidar com a língua nos seus mais diversos usos do cotidiano.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALDINI, L. *A nomenclatura gramatical brasileira interpretada, definida, comentada e exemplificada*. Dissertação de mestrado em Letras. Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1999.

BARBOSA, J. S. *Grammatica philosophica da lingua portugueza*. Lisboa: Typographia da Academia Real das Sciencias, 1861.

BECHARA, E. Gramática funcional: natureza, funções e tarefas. In: NEVES, M. H. M. (org.). *Descrição do português II*. Publicação do Curso de Pós-Graduação e Língua Portuguesa, Ano V, n. 1, UNESP – Campus de Araraquara, 1991.

_____. *Moderna gramática portuguesa: cursos de 1º e 2º graus*. 19. ed. rev. São Paulo: Nacional, 1975.

_____. *Moderna gramática portuguesa*. 37. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

BRASIL. *Parâmetros curriculares nacionais: língua portuguesa – 1º e 2º ciclos*. Brasília: MEC/Secretaria de Educação Fundamental, 1997.

BRASIL. *Parâmetros curriculares nacionais: língua portuguesa – 3º e 4º ciclos*. Brasília: MEC/Secretaria de Educação Fundamental, 1998.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros curriculares nacionais – língua portuguesa*. Rio de Janeiro: MEC/DP&A, 2000.

CARVALHO, N. *Publicidade: a linguagem da sedução*. São Paulo: Ática, 2000.

CEGALLA, D. P. *Novíssima gramática da língua portuguesa*. São Paulo: Nacional, 1989.

CUNHA, C.; CINTRA, L. F. L. *Nova gramática do português contemporâneo*. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

FURTADO DA CUNHA, M. A.; MARTELOTA, M. E.; OLIVEIRA, M. R. de. *Linguística funcional: teoria e prática*. Rio de Janeiro: FAPERJ/DP&A, 2003.

HOUAISS, A. *Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa*. Versão 1.0. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. CD-ROM.

IGNÁCIO, S. E. *Para uma tipologia dos complementos verbais do português contemporâneo do Brasil*. Tese de livre docência em Letras – Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 1994.

_____. *Análise sintática em três dimensões: uma proposta pedagógica*. Franca: Ribeirão, 2002.

LAGNEAU, G. Prolegômenos de uma análise publicitária. In: _____. *Os mitos da publicidade*. Petrópolis: Vozes, 1974.

MACAMBIRA, J. R. *A estrutura morfossintática do português*. São Paulo: Pioneira, 1974.

MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. *Gêneros textuais & ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

MARTELOTTA, M. E. (Org.). *Aspectos linguísticos, sociais e cognitivos da produção de sentido*, 1998. (mimeo.).

_____. *Manual de linguística*. São Paulo: Contexto, 2008.

NEVES, M. H. de M. Estudos das construções com verbo-suporte em português. In: KOCH, Ingedore G. V. *Gramática do português falado: desenvolvimentos*. 2. ed. Vol. 6. Campinas: Unicamp; São Paulo: FAPESP, 1996, p. 209-238.

_____. *A gramática funcional*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

_____. *Gramática de usos do português*. 4. ed. São Paulo: Unesp, 1999.

_____. A gramática: conhecimento e ensino. In: AZEREDO, José Carlos de. (Org.). *Língua portuguesa em debate: conhecimento e ensino*. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 52-73.

_____. *Gramática na Escola*. São Paulo: Contexto, 2001.

_____. *A gramática: história, teoria, e análise, ensino*. São Paulo: UNESP, 2002.

_____. A gramática escolar no contexto do uso linguístico. *Revista de Estudos Linguísticos*, Belo Horizonte, v. 10, n. 2, p. 233-253, jul./dez. 2002.

_____. *Que gramática estudar na escola? Norma e uso na língua portuguesa*. São Paulo: Contexto, 2004.

OLIVEIRA, M. R. de; CEZARIO, M. M. PCN à luz do funcionalismo linguístico. *Linguagem & Ensino*, Pelotas, v. 10, n. 1, p. 87-108, jan.-jun. 2007.

RABAÇA, C. A. e BARBOSA, G. G. *Dicionário de comunicação*. 2 ed. São Paulo: Ática, 1995.

ROCHA LIMA, C. H. da. *Gramática normativa da língua portuguesa*. 17. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1974.

_____. *Gramática normativa da língua portuguesa*. 43. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2003.

SANT'ANNA, A. *Propaganda – teoria-técnica-prática*. 7. ed. São Paulo: Thomsom Pioneira, 1998.